

ВАЛЕРІЙ БЕБИК
ВАЛЕРІЙ БОРТНІКОВ
ЛАРИСА ДЕГТЕРЬОВА
АНДРІЙ КУДРЯЧЕНКО

ДЕРЖАВА І ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО: ПАРТНЕРСЬКІ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ

Навчально-методичний посібник
(За заг. ред. В. Бебика)

Київ
ІКЦ „Леста”
2006

ББК 66.0я7

Д36

Рецензенти: О.В.Бабкіна, д-р політ. н., проф., зав. кафедри політології Національного педагогічного університету ім. М.Драгоманова;

А.О.Сіленко, д-р політ. н., проф., проректор з наукової роботи Одеської національної академії зв'язку ім. О.Попова;

Г.П.Щедрова, д-р політ. н., проф., проректор з навчально-виховної роботи Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля

Автори: Бебик В. (передмова; розділи 1-5; 7-10; післямова), Бортніков В. (розділ 6); Дегтерьова Л. (параграфи 1.2; 3.2; 4.2; 10.1), Кудряченко А. (параграфи 4.5; 5.4; 5.5; 5.6; 7.4; 10.1)

Схвалено кафедрою глобалістики, політології та міжнародних комунікацій Університету «Україна» (протокол № 6 від 5 червня 2006 р.)

Д36 Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації у глобальному світі : Навч.-метод. посіб. / В. Бебик, В. Бортніков, Л. Дегтерьова, А. Кудряченко; За заг ред. В. Бебіка. — К. : ІКЦ „Леста“, 2006. — 248 с. — Бібліогр.: с. 236 — 246.

ISBN 966-7672-47-6

У книзі розглядаються проблеми взаємопов'язаного розвитку громадянського суспільства та держави в контексті становлення глобального світу. Автори розглядають суто прикладні аспекти інформаційно-комунікаційних відносин суб'єктів суспільного життя через призму висвітлення класичних політологічних категорій: влади, політики, політичної системи, держави, громадянського суспільства, суспільних відносин, політичної участі тощо.

ББК 66.0я7

ISBN 966-7672-47-6

© Інститут Громадянського Суспільства

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
----------------------------	---

Розділ 1

Суспільна сфера та її архітектура	8
1.1. Природа, ресурси і легітимність влади	8
1.2. Політична сфера: політичне життя, процеси, розвиток . . .	18
1.3. Еліти	24

Розділ 2

Політична система суспільства	31
2.1. Поняття і типологія політичних систем	31
2.2. Функції політичної системи	34
2.3. Політичні режими	37

Розділ 3

Держава як форма організації суспільства	42
3.1. Поняття і функції держави	42
3.2. Глобальна держава	46
3.3. Форми державного правління та устрою	50
3.4. Правова соціальна держава	53

Розділ 4

Громадянське суспільство	57
4.1. Поняття і функції громадянського суспільства	57
4.2. Глобальне громадянське суспільство	59
4.3. Партиїно-політичні системи, партії та коаліції	68
4.4. Суспільні організації та рухи	74
4.5. Особливості становлення громадянського суспільства в Україні	77

Розділ 5

Суспільні відносини і громадська діяльність	93
5.1. Особистість і суспільство: відносини та інтереси	93
5.2. Політична діяльність	99
5.3. Депутатська діяльність	107
5.4. Громадські організації і влада: проблеми взаємодії . . .	110
5.5. Форми реалізації громадських ініціатив	117
5.6. Системний менеджмент громадських організацій	125

Розділ 6.

Політична участь як різновид соціальної дії	130
6.1. Поняття політичної участі	130
6.2. Політична участь і політична поведінка	134
6.2. Соціальний характер політичної активності	137

Розділ 7

Суспільні комунікації	144
7.1. Комунікації та їх роль у суспільстві	144
7.2. Інформаційна влада та мас-медіа	150
7.3. Мас-медіа і громадська думка	154
7.4. Мас-медіа як провідний інститут громадянського суспільства	158
7.5. PR суспільних організацій в системі масових комунікацій	165

Розділ 8

Інформаційно-комунікаційний менеджмент суспільних організацій	170
8.1. Поняття і види інформаційно-комунікаційного менеджменту	170
8.2. Внутрішні комунікації суспільних організацій	173
8.3. Зовнішні комунікації суспільної організації	183
8.4. Планування інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій	188

Розділ 9

Особливості інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій в традиційних мас-медіа	192
9.1. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в теле та відео-просторі	192
9.2. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в аудіо-просторі	202
9.3. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в друкованих ЗМК	207

Розділ 10

Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в інтернеті	214
10.1. Інтернет і нові форми суспільних відносин	214
10.2. Політичні комунікації та інтернет	221

10.3. PR-заходи в інтернеті	226
10.4. Інтернет-реклама	230
ПІСЛЯМОВА	240
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	241

ПЕРЕДМОВА

Процеси глобалізації, що бурхливо почали змінювати світ наприкінці ХХ — початку ХХІ ст., сприяли еволюції поглядів на, здавалося б, класичні і непорушні базові політологічні поняття *держави* і *громадянського суспільства*.

Глобалізація світу, не залежно від цивілізаційної моделі глобалізації та типу домінуючої в тій чи іншій частині світу політичної культури, суттєво обмежує суверенітет національної держави за рахунок перерозподілу повноважень на користь інших рівнів влади: глобального (всесвітнього) і цивілізаційно-територіального (континентального) — на верхніх щабелях влади, та регіонального і локального — унизу глобальної суспільної ієрархії.

На двох верхніх рівнях суспільного управління в новонароджуваному глобальному суспільстві здійснюється перерозподіл влади від національної держави (держави-нації) до міжнародних (міждержавних, міжнародних неурядових і транснаціональних організацій). А насподі — теж відбувається ерозія влади національної держави (держави-нації), яку потроху, але досить наполегливо «відщипують» регіони і органи місцевої влади та самоврядування.

Це, так би мовити, вертикальний зріз перерозподілу владних повноважень у світовому масштабі. Хоча, правду кажучи, він є не таким вже й цілісним і досконалим, оскільки деякі країни-глобалізатори, насамперед, країни «великої сімки» (G-7), насправді демонструють досить яскраві тоталітарні тенденції у зовнішній і внутрішній політиці.

Ідеологічне прикриття цих тоталітарних дій може бути у різних випадках дуже різним: від боротьби з міжнародним тероризмом — до негативних наслідків сепаратизму окремих регіонів і народів у їхньому складі. У будь-якому варіанті правляча еліта цих країн прагне «закрутити гайки», звісно, з метою зберегти свою владу і майно (в середині країни) та вплив на світові запаси сировини і ринки збуту (за кордонами країн-лідерів глобалізації ліберально-демократичного зразка).

Аналіз горизонтального зрізу перерозподілу повноважень між *державою* і тим, що політологи досі називали *громадянське суспільство*, теж потребує нових підходів і уточнень.

Справа в тому, що перші теоретики і практики політичної сфери суспільства (маємо на увазі наших стародавніх філософів на заході — Греція, Рим [6; 124; 173], в центрі — Трипільська Праукраїна [85], на сході — Єгипет, Вавилон, Шумерія [40], Китай [63; 79], Індія [62]), загалом ототожнювали поняття *держава* і *суспільство*. І лише згодом учені кваліфікували державу як форму організації суспільства, а громадянське суспільство — як той сектор суспільної сфери, який не входить до держави. В остан-

ньому випадку почали більше говорити про «суверенітет» людини (особистості), певних соціальних груп, права яких має гарантувати держава, що прагне називати себе демократичною, правовою і, звісно, соціальною [38 ;43; 47; 48; 77; 96; 97; 106].

Ця тріада характеристик держави у ХХІ ст. вже домінує в текстах більшості конституцій світу і набула таким чином широкого розповсюдження в якості міжнародного правового стандарту. Інша справа, як ці стандарти насправді реалізуються на практиці? Чи гарантують вони рівноправне співіснування держави і громадянського суспільства? Але це - тема для окремої розмови і відповідного аналізу.

Нині ж ми маємо право узагальнено зазначити, що в прямій залежності від співвідносин між практичною реалізацією даних понять знаходяться й базові характеристики інформаційно-комунікаційних моделей, які домінують в новонароджуваному глобальному світі та його складових частинах (цивілізаційно-територіальних спільнотах, державах-націях, регіонах, локальних об'єднаннях громадян).

Таким чином, в даній книзі автори розглядають теоретичні і практичні аспекти здійснення інформаційно-комунікаційної взаємодії між елементами і структурами громадянського суспільства та елементами і структурами держави як форми організації суспільства.

Сподіваємося, що ця праця стане в нагоді усім, хто цікавиться суспільними комунікаціями у сучасному світові, допоможе в конкретній суспільно-політичній діяльності та сприятиме становленню в нашій країні розвиненого, повноцінного громадянського суспільства та цивілізованої (в кращому розумінні цього слова) держави.

Розділ 1

Суспільна сфера та її архітектура

1.1. Природа, ресурси і легітимність влади

Під владою політологи розуміють здатність і можливість нав'язувати свою волю, впливати на діяльність та поведінку людей за допомогою певних засобів — авторитету, права, насильства, мотивації, маніпуляцій і т. ін.

По суті влада — це особливий вид суспільних відносин, що являє собою:

- вираження потреб складної соціальної системи в організації та саморегуляції (незалежно від типу суспільства);
- наслідок виникнення суспільних станів, прошарків і відповідних відносин між ними.

Виокремлюють владу державну, економічну, політичну, соціальну, сімейну, медійну та ін.

Політична влада - реальна спроможність певного стану, групи, індивіда нав'язувати свою політичну волю іншим завдяки використанню правових, соціальних і психічних норм регуляції суспільного життя, які реалізуються за допомогою ресурсів влади.

Основним видом політичної влади є державна влада, яку докладніше розглянемо нижче.

Воля та підтримка керівної групи є умовою й джерелом спроможності певних інститутів нав'язувати суспільству рішення, зразки поведінки тощо і в такий спосіб здійснювати керування. Виходячи з цього стає зрозумілою думка Ю.Патерсона, що *правлячі стани є кінцевими суб'єктами влади* [252].

У свою чергу безпосередніми суб'єктами політичної влади є *політичні інститути та їх органи*, які реалізують процес керування різними сферами суспільного життя, мають засоби влади (координація, примус, контроль, насильство, репресії тощо), обирають цілі й способи їх використання.

Практично всі теорії та концепції політики побудовані на розумінні того, що саме відносини влади між великими суспільними групами, діяльність держави, боротьба за владу в державі, а також за спосіб її функціонування визначають характер політичної сфери суспільства. Проте представники різних наукових напрямів мають принципові відмінності щодо тлумачення суспільного змісту та суспільних коренів влади, інтерпретації процесу боротьби за владу [270].

Розрізняють такі основні **підходи до тлумачення природи політичної влади**:

1. **Телеологічний підхід** (з погляду досягнення певної мети) характеризує владу як здатність досягти поставлених цілей, пов'язаних з міфами про владу, і намічених результатів (*Б. Рассел*) [38; 127].

Таке визначення тлумачить владу не тільки як відносини між людьми, а й у контексті взаємодії людини з довкіллям (влада над природою).

2. **Соціологічний підхід** досліджує владу в контексті соціальних умов її виникнення й функціонування на основі врахування панівних у суспільстві цінностей, традицій, політичної та психологічної культури тощо

Наприклад, *М. Вебер* (Німеччина) розумів владу в контексті відносин панування-підкорення, як здатність одного індивіда реалізовувати свою волю навіть у разі спротиву іншого [361; 362].

Засновник **структурно-функціонального аналізу** *Т. Парсонс* (США) розглядав суспільство як цілісну систему, елементи якої інтегруються соціальною дією (**теорія соціальної дії**). Соціальна дія розглядалась ним як поведінка суб'єктів політики (людини, групи, організації тощо) залежно від природних (біологічна природа людини, клімат) і соціальних (соціум) чинників.

Згідно з функціональним принципом влада зобов'язує суб'єктів виконувати суспільні обов'язки та мобілізує ресурси задля досягнення загальних цілей [157; 333; 334].

У межах **соціальної конфліктології** (*К. Маркс, Ф. Енгельс, В. Ленін*) влада розглядалася в контексті відносин підкорення одного класу іншим. Марксисти вважали, що влада є скрізь, де є нерівність (економічна, статеві, етнічна, вікова, культурна, регіональна, професійна тощо). *К. Маркс* і *Ф. Енгельс* першими навели поняття «соціальна влада», а згодом зазначили, що основне місце в системі соціальної влади посідає державна, політична влада [20; 33].

М. Дюверже (Франція) розглядав владу в комплексі: на основі поєднання насильства (фізичного, економічного, морально-психологічного) і авторитету (добровільного підкорення).

На його думку влада («дволик Янус») є інструментом панування одних груп над іншими, а водночас — засобом інтеграції та забезпечення соціальної солідарності всіх членів суспільства [273; 274].

3. **Біхевіористичний підхід** тлумачить владу як особливий тип соціальної поведінки, коли одні командують, а інші — підкоряються.

Як слушно зауважують *А.Соміт* і *Дж. Таннехаус* [267], ця концепція влади пов'язана, насамперед, з іменами *Ч. Меррієма* [321], *Г. Лассуелла* (США) [315] та *Дж. Кетліна* (Великобританія) [338].

Основним мотивом політичної активності особистості біхевіористи (залишаючи поза межами своїх досліджень моральні аспекти політики) вважали бажання цієї особистості підкорити своїй волі інших. Баланс політичних сил, на їхню думку, має забезпечуватися системою політичних інститутів, які використовують правові (легальні) форми регулювання поведінки людей.

Однак цього виявилось замало. В цьому випадку за межами дослідження залишилися соціально-психологічні регулятори суспільного життя. Саме тому в межах поведінкового підходу виникли **психоаналітична і неофрейдистська концепції влади**, які зробили особливий акцент на несвідомих і підсвідомих компонентах політичної свідомості і політичної поведінки. Провідна теза цих концепцій полягає в розумінні влади як способу панування несвідомого над людською психікою.

Так, *К. Хорні* (США) виводив мотивацію політичної поведінки зі страху, що породжується ворожим для людини соціальним середовищем [188; 263]. *Л. Дюгі* (Франція) пов'язував владу одних людей над іншими з фізичним, моральним, релігійним, інтелектуальним та економічним домінуванням. Велич влади, на його думку, пов'язана з її обожненням (політичний міф традиційних суспільств) або «суспільною волею», яка мусить підкорятися «індивідуальній волі» «найсильніших» (у передсучасних і модерних суспільствах) [26].

4. **Психологічний підхід** ґрунтується на розумінні витоків влади у свідомості та підсвідомості людей. Наприклад, *З. Фрейд* (Австрія) вважав потяг до влади специфічною трансформацією сексуальної енергії [285], а *Г. Юнг* (Німеччина) — психічної енергії взагалі [46].

С. Московісі та *Б. Едельман* причинами психологічного підкорення вважали вплив гіпнотизму на взаємини вождя та юрби [38], а *Ж. Лакан* — в особливому сприйнятті людьми певних символів (на рівні підсвідомого), що висловлюються через мову [26].

5. **Системний підхід** характеризується розумінням влади як похідної від політичної системи, а не від індивідуальних відносин (біхевіористичний та психологічний підходи).

У межах системного підходу виокремлюються такі рівні аналізу:

- **макрорівень**, коли влада розглядається як властивість макросоціальних систем, спосіб організації, умова функціонування та засіб ухвалення рішень і розподілу цінностей (*Т. Парсонс*, *Д. Істон*) [157; 275; 333; 334];
- **мезорівень**, коли влада досліджується в контексті відносин з організаційними структурами суспільства на рівні конкретних систем — сім'ї, виробничих груп, організацій (*М. Крозье* [266; 267], *К. Дойч* [46], *Н. Луман* [338]);

- **мікрорівень**, коли влада вивчається через соціальні ролі та взаємодію індивідів у межах специфічної соціальної системи (Т. Кларк [264], М. Роджерс [347]).

6. **Реляціоністський підхід** (від лат. *relatio* — донесення) робить особливий наголос на рольових відносинах та асиметрії владних відносин між суб'єктом і об'єктом влади і розглядає владу як стосунки між особами, що можуть змінювати поведінку одна одної.

У межах цього підходу виокремлюють такі теорії:

- **опору** (Д. Картрайт [38], Дж. Френч, Б. Рейвен [284]), яка аналізує форми та ступені опору індивідів в системі владних відносин;
- **обміну ресурсами** (П. Блау [254; 255], Д. Хіксон [299], Б. Рейвен), яка розглядає владу як функцію залежності індивіда від нерівного розподілу ресурсів між володарем і підвладним;
- **розподілу зон впливу** (Д. Ронг [38]), яка вивчає владу в контексті постійного обміну ролей володарів і підвладних в системі владних відносин.

7. **Комунікаційний підхід** (К. Дойч, Н. Луман, Дж. Кері [197; 267]), розвиваючи ідеї системної концепції влади, тлумачить останню як засіб соціального спілкування (комунікації), що дає змогу регулювати групові конфлікти та забезпечувати інтеграцію суспільства як єдиної спільноти.

Дослідивши різні концепції політичної влади, перейдемо до поняття **структури влади**.

Загалом слід зазначити, що марксистська концепція влади тлумачить останню з погляду масових явищ і боротьби станів, не звертаючи особливої уваги на «гвинтик» суспільного механізму - людину з її спрямованістю, волею, діяльністю [20; 35; 43; 89].

Ліберальні та інші близькі до них концепції, навпаки, екстраполюють внутрішні психічні особливості особистостей (лідерів) на діяльність політичних інститутів і структур, забуваючи про системний ефект, що виникає під час взаємодії індивідів у процесі спільної діяльності у сфері політики [25; 30; 332; 336; 359].

Але істина, як правило, знаходиться десь посередині. Тому в питаннях дослідження політичної сфери суспільства в цілому і політичної влади зокрема бажано використовувати всі методологічні підходи з урахуванням конкретної специфіки суспільства, що вивчається, його політичної культури та ментальності.

Ступінь і сила політичного та суспільного впливу, форми діяльності та структури великою мірою визначаються суспільно-економічними

чинниками, які впливають на зміст і форми реалізації політики центрами влади (президентом, парламентом, урядом).

Засоби політичної діяльності (зокрема, примус, оволодіння комунікаціями) пов'язані із суттєвими матеріальними витратами. Це і визначає особливу роль в політиці суспільних груп, які можуть утримувати організаційну структуру, транспорт, зброю, мас-медіа.

Водночас влада має певну автономію, яка обмежується ще й такими чинниками:

- об'єктивними довготерміновими інтересами панівного стану;
- вимогами суспільної рівноваги, єдності суспільства, економічної та політичної систем і т. ін.;
- масштабом і силою суспільної підтримки, рівнем опору владі, кількістю суспільних витрат, необхідних для форсування ухвалення певних рішень тощо.

Отже, *завдання безпосередніх суб'єктів влади* такі:

- забезпечити панування правлячої еліти завдяки ефективному прогнозуванню та управлінню суспільством;
- гарантувати суспільну рівновагу як наслідок погодження інтересів правлячої еліти з усім загалом громадян;

Коли ці вимоги виконуються, гарантується еволюційний розвиток суспільства зі стабільним функціонуванням політичної, економічної, соціокультурної та інших сфер суспільства.

Термін «ресурси влади» використовують як у широкому, так і у вузькому розумінні.

У широкому розумінні **ресурси влади** є всім, що суб'єкт політики (індивід, група) може використати для впливу на інших (*Р. Дал* [268], *М. Роджерс* [346]).

У вузькому розумінні **ресурси влади** — це сукупність засобів забезпечення впливу суб'єкта на об'єкт влади.

Ресурси влади можуть застосовуватися для примусу, заохочення або переконання. Відповідно до цих способів досягнення політичних цілей можна відокремити й такі антропологічні **ресурси влади**, як *страх, інтерес, переконання*.

Згідно з характером і сферою впливу розрізняють нормативні, примусові та утилітарні ресурси (*А. Етціоні* [279]).

Нормативні ресурси — засоби впливу на внутрішній світ, ціннісні орієнтації та норми поведінки людини.

Примусові ресурси — заходи адміністративного впливу, що передбачають силові методи «переконання» через так звані силові структури (прокуратуру, суд, поліцію, спецслужби, армію тощо).

Утилітарні ресурси пов'язані з матеріальними та соціальними благами, повсякденними інтересами людей. За їх допомогою влада купує підтримку не тільки окремих політиків, а й цілих соціальних груп.

Залежно від життєдіяльності ресурси влади поділяються на економічні, соціальні, силові, демографічні, культурно-освітні, інформаційно-комунікаційні.

Економічні ресурси — матеріальні цінності, гроші, техніка, землі, корисні копалини.

Соціальні ресурси — соціальний статус (ранг), посада, освіта, соціальне забезпечення, медичне обслуговування.

Культурно-інформаційні ресурси — інформація, знання, що отримуються та поширюються через науково-освітні заклади, мас-медіа як з метою об'єктивної комунікації, так і маніпулювання суспільною свідомістю.

Визначаючи важливість перших двох видів ресурсів, останнім часом фахівці фіксують зростання впливу культурно-інформаційних ресурсів. Скажімо, соціолог-футуролог *О. Тоффлер* (США) переконаний, що в постіндустріальних країнах знання вже підкорили силу й багатство, ставши визначальним чинником функціонування влади [141].

Силові (спонукальні) ресурси — інститути фізичного примусу: армія, поліція, служба безпеки, суд, прокуратура.

Цей вид ресурсів традиційно вважається найнефективнішим джерелом влади, оскільки його використання загрожує вищим цінностям людини — життю, свободі, майну.

Демографічні ресурси розглядаються в тому розумінні, що людина стає специфічним ресурсом влади лише тоді, коли вона стає засобом реалізації чужої волі. Згадаймо події на Майдані - 2004, коли сотні тисяч людей вийшли з помаранчевими стрічками на демонстрації протесту проти фальсифікацій президентських виборів в Україні. Цими людьми, які в щирому прагненні справедливості вийшли на площі і вулиці, досить успішно маніпулювали «польові командири майдану». Аналогічними маніпуляціями займалися і «біло-голубі» адепти старого політичного режиму. Нас же зацікавив цей випадок лише з точки зору розуміння, що людина може бути не тільки ресурсом, а й суб'єктом та об'єктом влади.

Відповідно до зазначених ресурсів влади виокремлюють владу економічну, соціальну, культурно-інформаційну та спонукальну.

Проте нас найбільше цікавить *політична влада*, яка характеризується такими ознаками:

- легальністю (правомірністю) використання сили в межах держави;
- верховенством щодо інших видів влади;

- публічністю (звертанням за допомогою права від імені всього суспільства до всіх громадян);
- моноцентричністю (наявністю єдиного центру ухвалення рішень);
- використанням окрім спонукальних також економічних, соціальних і культурно-інформаційних ресурсів.

У цьому контексті слід згадати ідеї Т.Парсона [250] і Е.Річардсона [261] про **кумулятивний ефект влади**, що полягає в її зростаючому нагромадженні: багатство збільшує шанси на входження до політичної еліти, доступ до елітної освіти й мас-медіа; висока політична посада сприяє збільшенню багатства, доступу до знань і мас-медіа; інформаційний вплив сприяє політичній кар'єрі та підвищенню доходів.

Злиття політичної, економічної, соціальної та культурно-інформаційної влади за переважанням влади політичної характерне для тоталітаризму — Х.Арендт [184], Н.Пулантзас [257], Ж.Желєв [67], Т.Адорно [180], Б.Рассел [141].

Демократичний устрій, за свідченням Дж.Пеннока [253], передбачає легальний та неформальний поділ влади: державної — на законодавчу, виконавчу та судову; економічної — між центрами впливу; духовної — між мас-медіа і конфесіями. А в умовах формування інформаційного суспільства дедалі більше чути голоси щодо перетворення медіа-влади на четверту владу, що стає на рівень впливу законодавчої, виконавчої та судової влади.

Розглядаючи проблему влади, неможливо обійти питання її легітимності.

Якщо влада спирається лише на силові методи впливу, її можливості є доволі обмеженими. Воістину, владу можна вибороти штиками, але сидіти на них складно. Набагато кращим з погляду ефективності влади є поєднання примусу з добровільною згодою населення підкорятися цій владі.

Легітимна влада сприймається громадянами як правомірна та справедлива. Легітимність пов'язана з консенсусом суспільства щодо основних політичних цінностей та наявністю у влади авторитету.

Найбільший внесок у теорію легітимності зробив раніше згадуваний соціолог М. Вебер [37; 38], який включав у неї визнання влади правителів і зобов'язання підлеглих підкорятися цій владі.

Залежно від мотивів підкорення М. Вебер виокремлював традиційний та харизматичний типи легітимності влади.

Традиційна легітимність (влада вождів, королів, царів, князів, султанів) ґрунтується на праві успадкування влади, яка спирається на базовий політичний міф про божественний характер влади монарха. Така влада ґрунтується на традиціях підкорення та примушення суспільства монархом.

Цей тип легітимності зберігся й донині в таких країнах, як Бруней, Непал, Саудівська Аравія, Оман, Йорданія, Кувейт.

У більшості сучасних суспільств збереження королівської влади є більше символом, складовою ментальності цих суспільств, аніж реальним механізмом реалізації традиційної легітимності.

Потрібні приклади? Ось вони: Великобританія, Данія, Нідерланди, Норвегія, Швеція, Японія. Вас здивувало, що автор не назвав Бельгію, Монако, Люксембург чи, скажімо, Іспанію? Це зроблено цілком свідомо. У цих країнах інститут монархії має певні представницькі й навіть виконавчі функції. Скажімо, в Іспанії король за конституцією є верховним головнокомандувачем.

Повертаючись до М. Вебера, зазначимо, що він вважав за потрібне зберегти монархію, аби підкріпити демократію багатовіковими традиціями шанування влади. Наскільки він був правий? - Народи майже половини країн Європи так і зробили. І щось не схоже, щоб вони про це жалкували. Не зважаючи на постійні витівки папараці та жовтої преси, яка із задоволенням смакує проблеми особистого життя представників королівських родин, інститут монархії успішно перейшов у ХХІ ст. і нині демонструє впевненість і політичну стабільність.

Харизматична легітимність (від грецьк. *charisma* — божественний дар, благодать) базується на політичному міфі про надзвичайно видатні якості лідера. Якщо нова влада для визнання населення не може спиратися на авторитет традицій чи демократичне волевиявлення більшості, вона свідомо культивує велич самої особистості вождя. Це дає змогу використати його авторитет для освячення інститутів влади, сприяє їхньому визнанню населенням.

Очевидно, у перехідних, нестабільних суспільствах харизматична легітимність є виправданою. Проте з вивільненням суспільної свідомості від впливу релігії вірогідність і доцільність використання такого підґрунтя влади зменшуються. До того ж варто зауважити, що харизма теж не може бути чимось постійним і недоторканим. Історія знає чимало прикладів, коли непрофесійні дії лідера харизматичного типу дуже швидко руйнують його позитивний імідж, і тоді юрба вже не співає: «Осанна!», а волає гнівне: «Ганьба!»

М. Вебер носіями справжньої харизматичної влади вважав Мойсея, Давида, Мухаммеда, Будду. Осучаснити цей список можна, долучивши до нього В. Леніна та Й. Сталіна (СРСР), М. Ганді (Індія), К. Ататюрка (Туреччина), Хомейні (Іран), Г. Алієва (Азербайджан). Як бачимо, ці лідери є представниками країн з переважним східним типом політичної культури, що орієнтується насамперед на особистісні якості лідера, а не на міць політичних структур.

Сучасна політична практика засвідчила, що і в країнах з переважно західним типом політичної культури до влади можуть прийти харизматичні лідери. Перемога на президентських виборах 2004 року В.Юшенка і поразка його блоку «Наша Україна» на парламентських виборах 2006 року – яскраве тому свідчення. Потрібні ще приклади? – Триумфальне «друге пришестя» на посаду президента Франції генерала Ш.де Голя і ... його дострокова відставка в наслідок студентських демонстрацій у 60-х роках минулого століття.

Рационально-правова легітимність характерна для демократичних держав. Її джерелом є віра громадян у правильність формальних правил, наприклад у необхідність формування влади на основі загальних і вільних виборів, верховенство закону, законотворчість.

У такій державі підкоряються не особистості керівника, а законам, у полі дії яких обираються та працюють представники влади.

Рационально-правова легітимність є переважно структурною або інституціональною й базується на довірі громадян устрою держави, а не шануванні конкретних особистостей. Хоча в «молодих» демократіях легітимність влади може ґрунтуватися не стільки на повазі до обраних інституцій, скільки на авторитеті лідера. Але й у «старих» демократіях часто густо трапляються випадки, коли рейтинг лідера перевищує рейтинг очолюваної ним політичної структури, тобто його особистість своїм персональним авторитетом збільшує рівень легітимності політичної структури в очах електорату.

Наприклад, «трюхразовий» канцлер Німеччини Г. Коль тривалий час мав менший рейтинг порівняно з рейтингом очолюваного ним політичного блоку. І лише після того як за активної участі цього, безумовно, неординарного політика відбулось об'єднання німецьких земель (1989), він отримав «бонус канцлера», внаслідок чого його власний рейтинг перевищив рейтинг блоку ХДС/ХСС.

Сучасна політична практика доповнила нароби М. Вебера іншими типами легітимності.

Зокрема, ідеальний тип рационально-правової легітимності трансформувався в **раціонально-бюрократично-правову легітимність**.

Веберівський ідеальний тип поширюється на **розвинені плюралістичні демократії**. У них влада визнається більшістю населення легітимною через проведення вільних виборів уже протягом тривалого часу. Такий тип легітимності влади поширений у країнах Західної та Центральної Європи, Північної Америки, Австралії, Нової Зеландії.

Досить поширені також авторитарно-бюрократичні режими, де реалізовано рационально-бюрократично-правовий тип легітимності.

Рівень легітимності в них значно нижчий, а влада має підтримку певних груп населення завдяки популізмові політичного режиму, адресній благодійності та лобіюванню інтересів певних кланів, верств, прошарків, етнічних і соціальних груп населення.

Якщо авторитет влади підтримується за допомогою ідеології, релігії, певної етнічної групи, ми можемо говорити про ідеологічну, релігійну та етнічну легітимність. Таким типом підтримки користувалися політичні режими СРСР і країн «соціалістичного табору» (комунізм), Італії та Німеччини (фашизм та націонал-соціалізм), Іраку, Ірану та Афганістану (релігійний фундаменталізм) тощо.

Насамкінець зазначимо, що в чистому вигляді наведена щойно типологія легітимності влади майже не існує. У кожному конкретному випадку влада намагається поєднувати ці типи з метою підвищення рівня підтримки населенням своєї діяльності. Звичайно, не всім це вдається зробити. І далеко не всі цього прагнуть.

При цьому законність і легітимність далеко не завжди збігаються. Скажімо, російська конституція 1993 р. згідно з проведенням референдумом стала законною, але сумнівно нелегітимною, не діставши підтримки більшості населення, шокованого розстрілом з танкових гармат Верховної ради Російської Федерації.

У Німеччині націонал-соціалісти на чолі з А. Гітлером законно прийшли до влади, вигравши парламентські вибори (1933). Проте навряд чи можна вважати, що тотальний терор щодо ідеологічних інакодумців та іногородців, розв'язаний ними пізніше, мав подальшу легітимну підтримку широких верств німецького народу.

1.2. Політична сфера: політичне життя, процеси, розвиток

Суспільство є складною, багаторівневою системою, яка виявляється через певні, відносно автономні сфери. Але вони настільки взаємопов'язані та підпорядковані одна одній, що говорити про їх самостійність, на думку Т.Парсонса [251], можна лише в контексті методології системного аналізу. Це підтверджує і Ю.Хабермас, який свідчить про складність структурних трансформацій у суспільній сфері [225].

Нагадаємо, що в даному випадку систему спочатку умовно «розбивають» на функціональні підсистеми, аби розібратися з їх внутрішньою структурою та зв'язками, а потім знову (як пазли) «збирають» докупи з

метою встановлення системних зв'язків між зазначеними функціональними підсистемами.

Найбільш поширеним є поділ суспільної сфери на соціально-економічну, політичну та духовну сфери.

Соціально-економічну сферу в даному випадку розглядають як матеріально-виробничий базис суспільства, що «прошитий» соціально-економічними відносинами (через відносини державної і приватної власності та обмін матеріальними ресурсами).

Політична сфера розглядається як підсистема суспільного життя, що пов'язана з політичною (державною та громадською) організацією суспільства в контексті відносин влади та суспільного управління.

Духовна сфера в такому разі може бути розглянута в контексті функціонування суспільної свідомості, морально-етичних норм, традицій, вірувань, політичної культури, суспільної психології.

Зокрема, деталізуючи поняття **політичної сфери суспільства**, ми можемо характеризувати її як інтегральну сукупність політичних структур, відносин, діяльності та свідомості [13].

Під політичними структурами в даному випадку розуміють сукупність державних (законодавчих, виконавчих, судових органів, армії, поліції тощо) і територіально-самоврядних (місцева влада) та громадських структур (партій, рухів, суспільно-політичних організацій, об'єднань тощо).

Політичні відносини, які мають функціональний підтекст, впливають на напрями розвитку суспільства, процеси управління й реалізуються під час виборювання, володіння та утримування контролю над владою.

Зрозуміло, що всі компоненти та складові політичної сфери суспільства тісно взаємопов'язані й взаємно детермінують їх функціонування. Наприклад, політичні відносини громадянина з державою залежать від правового поля та реальної практики функціонування державних інститутів, які реалізують функції державної влади. З іншого боку всі ми прекрасно розуміємо, що зміст, характер і спрямованість політичної діяльності тісно пов'язані з рівнем політичної свідомості.

Динаміка функціонування політичної сфери найповніше характеризується через **політичне життя суспільства** - частину суспільного життя, пов'язану з конкретно-історичною, свідомою, предметною та цілеспрямованою політичною діяльністю людей. Остання реалізується завдяки виявленню, узгодженню та лобіюванню їхніх соціально-політичних інтересів у процесі формування та реалізації політичної влади в суспільстві.

Політичне життя — річ різноманітна й різновекторна, що визначається, насамперед, економічними та соціальними чинниками.

Прагнучи раціоналізувати та структурувати згадані вище складні об'єкти дослідження, спробуємо класифікувати політичне життя за різними принципами.

Скажімо, XX ст. характеризувалося двома видами організації економічної сфери: ринковою та командною економікою. Відповідно до економічного базису будувалося й політичне життя, хоча абсолютизувати тезу марксиста-ортодокса *В. Леніна* «Політика — концентрована економіка» та ідеї прихильників теорії економічного детермінізму *Д. Лернера*, *У. Ростоу*, *М. Лінсета*, *Р. Дала* навряд чи доцільно.

Причиною певної стриманості є динамічний економічний розвиток цілого ряду країн, де протягом довгого часу функціонували авторитарні політичні режими (Бразилія, Іран, Ірак, Іспанія, Корея, Кувейт, Лівія, Саудівська Аравія, Чилі).

Звідси й цілком слушна поява прихильників теорії, що підтверджує тезу про сприяння авторитаризму стійкому економічному розвитку. До них належать *С. Хантінгтон*, *З. Бжезінський*, *Р. Гастіл*, *Г. О'Доннел*, *Х. Лінц* та ін. [148; 165; 196; 267].

Отже, рівень економічного розвитку не завжди і не повною мірою визначає політичний розвиток країни, зокрема рівень демократизації суспільства. Окрім того, варто не забувати про вагомий роль чинників соціокультурної сфери, що визначаються діяльністю соціальних спільнот — етносів, класів, соціальних груп, окремих індивідів.

Політологія як наука орієнтується переважно на практику. Отже, нас цікавить не політичне життя взагалі, а безпосередньо *особливості політичного життя кінця XX — початку XXI ст.*:

1. Зросли можливості регулювання динаміки економічного життя державно-політичними засобами.

2. Широкого вжитку набули демократичні процедури формування владних структур, що сприяють приходу до влади політичних партій і блоків, які відбивають інтереси більшості громадян.

3. Розмиваються міжкласові та соціальні кордони, посилюються тенденції глобалізації суспільного життя в розвинених країнах та етнічно-державної консолідації в нових незалежних державах.

4. Поширюються масові рухи, що сприяють задоволенню загальнолюдських екологічних, етнічних, конфесійних, групових та інших інтересів мас.

5. Зростає інтенсивність інформаційно-комунікаційних зв'язків між людьми різних країн, що сприяє розвитку світового політичного життя і т. ін.

Що ж до конкретної країни, то метою її політичного життя можна було б назвати стабільність суспільного життя, цілісність, єдність, соці-

альну структуру, плюралізм, відбиття специфіки політичного часу, простору, політичну активність та ін. [126; 144; 155].

Політичне життя суспільства можна розглядати як сукупність різноспрямованих і різнодинамічних у часовому вимірі політичних процесів.

Будь-яка система (суспільна, політична, економічна, біологічна) живе в певних ритмах свого розвитку, які можна дослідити саме через динаміку процесів, що відбуваються в межах цієї системи. Те саме можна сказати і про розвиток державно-політичних, соціально-культурних та інших складних систем.

Скажімо, європейську сучасність ХХ ст. цілком логічно розглядати через призму феномена територіальної держави в контексті концепції етнодержавства. І це виправдано, оскільки на початку минулого століття розпад Австро-Угорської, Британської, Російської, Французької імперій відбувся саме за етнотериторіальним принципом.

Канули в Лету столітні європейські імперії і наприкінці ХХ століття за тим же принципом розпалися Радянський Союз, Югославія, Чехословаччина. В Африці з Ефіопії виокремилась Еритрея, виборолала незалежність Намібія, все більших ознак державності у складі Ізраїлю набувають Палестинські території, фактично відокремився від Індонезії Східний Тимор.

Досвід показує, що зміна політичних структур, еволюція політичних відносин, політичної свідомості та діяльності є різнопорядковими діями, що автоматично детермінують одна одну. Але їх усіх може методологічно об'єднати термін «політичний процес», який на думку Ф.Рудича [126] і Є.Мелешкіної [129] віддзеркалює динаміку політичного життя й сучасних політичних подій та явищ. Звідси й визначення цього терміна, що походить від лат. *processus* — рух вперед, просування.

Політичний процес — це динамічна сукупність політичних дій, подій і явищ, що відбуваються в політичній сфері суспільства в контексті функціонування політичної системи розгляданого суспільства.

Підґрунтям політичного процесу є **соціальний процес**, який являє собою сукупність подій, явищ та дій соціальних спільнот, груп, індивідів, спрямованих на їх відтворення та забезпечення стабільності суспільної системи.

Розвинене громадянське суспільство не може існувати без розвинутої соціальної структури, яка складає соціальну основу розвитку політичних структур і політичного процесу.

У свою чергу політичний процес по суті є соціально-політичними діями, що забезпечують відтворення політичних ресурсів і творення нового в політиці.

Політичний процес охоплює вертикальні і горизонтальні політичні відносини і має безперервний і різновекторний характер.

У вузькому розумінні політичний процес є технологією здійснення влади суб'єктом політики.

Широке розуміння політичного процесу виникає тоді, коли додати до сказаного вище ще й політичні події та явища, не контрольовані суб'єктом політики.

Структура політичного процесу (у вузькому розумінні) передбачає:

- формування цілей і завдань політичних структур (держави і громадянського суспільства);
- конституювання та утворення політичних структур (держави і громадянського суспільства);
- підтримку функціонування політичних структур суспільства;
- ухвалення та виконання політичних рішень суб'єктами політики;
- контроль за функціонуванням і спрямуванням розвитку політичних структур суспільства.

Політичні процеси за характером спрямування і своєю сутністю можуть бути прогресивні та регресивні.

Якщо йдеться про прогресивний характер політичних процесів, що відбуваються в суспільстві, умотивованим є введення ще й такого терміна до нашого політологічного словника, як «політичний розвиток».

Політичний розвиток — це перехід від певного політичного стану до якіснішого на базі вдосконалення і розвитку політичних структур, політичних відносин, політичної свідомості і діяльності.

Якщо політична сфера суспільства не розвивається, це призводить до **політичної стагнації** — застою, відсутності змін, окостенінню організаційних форм, розпаду політичних структур, а внаслідок цього — до краху політичної системи суспільства або ж політичного регресу загалом.

Такі негативні процеси супроводжуються **політичною нестабільністю**, яка характеризується соціальними, етнічними, релігійними конфліктами, кризами тощо.

Традиційні суспільства (переважно в країнах, що розвиваються) мають жорстко регламентоване традиціями та звичками політичне життя. Водночас функції політичних інститутів в таких суспільствах недостатньо диференційовані, що є передумовою неадекватного реагування на економічні, соціальні та технологічні зміни в суспільстві.

Сучасні політичні системи, які сформувалися в розвинених країнах світу, характеризуються більшим ступенем сприйняття нових умов, низьким рівнем політичного підкорення та конфліктності внаслідок високої спеціалізації та диференціації функцій політичних інститутів, їх здатності ефективно реагувати на вимоги соціальних груп.

Перехід від традиційної політичної системи до сучасної політології тлумачать як «**політичний розвиток**» і «**політична модернізація**».

Передумовою активної розробки теорії політичного розвитку було намагання перенести модель британської або американської систем, які вважалися зразком політичного розвитку, до країн, що розвиваються. Однак цей широкомасштабний експеримент з упровадження західних політичних цінностей в інше соціокультурне середовище не дав очікуваних результатів.

Проте теорія політичного розвитку (модернізації) істотно вплинула на розвиток методологічних та науково-дослідницьких засад сучасної політичної науки.

Саму ідею детермінації політичного розвитку висловлював ще *Аристотель*, який відзначав залежність політичної сфери суспільства від соціальних чинників (соціальної нерівності) [6].

Ця традиція детермінації політики зовнішніми чинниками (економічними, соціокультурними тощо) довго домінувала в політології. Її підтримували вже згадувані *К. Маркс*, *Ф. Енгельс*, *В. Ленін* і прихильники детерміністської теорії *Д. Лернер*, *У. Ростоу*, *М. Лінсет*, *К. Дойч* [11; 19; 23; 40]. Вони розглядали політику як наслідок економічного розвитку, хоча ті самі ортодоксальні марксисты — більшовики намагалися довести пріоритет політики над економікою. Чим закінчився цей експеримент, усім відомо: розпадом системи «реального соціалізму» і крахом радянської імперії — СРСР.

Але існувала й інша традиція аналізу політичного розвитку, яку започаткував *Н. Макіавеллі* [97], а з ним і його співвітчизники й послідовники — *В. Парето*, *Г. Моска* [165], *Р. Міхельс* [247], які декларували ідею самостійності політики й навіть її першості щодо інших сфер суспільного життя.

На їхню думку, політичний розвиток визначає прогрес суспільства загалом, а ефективність впливу є результатом якості політичної еліти.

Водночас наприкінці 50-х років ХХ ст. у межах порівняльної політології виник уже згадуваний напрям — **теорія політичної модернізації (політичного розвитку)**.

Найбільший внесок у цю теорію зробили праці *Г. Алмонда* і *Д. Пауелла* «Порівняльна політологія. Підхід з позиції «концепції розвитку» (1966), *Д. Ентера* «Політика модернізації» (1965), *Л. Пая* «Аспекти політичного розвитку. Аналітичне дослідження» (1966), *С. Ейзенштадта* «Модернізація: протест і вимір» (1966), *С. Хантінгтона* «Політичний порядок у суспільствах, що змінюються» (1968).

На думку представників цієї течії, як слушно зауважує *В.Горбатенко* [50], **політична модернізація** є процесом зміни системних якостей політичного життя й функцій політичних інститутів з переходом від традиційного суспільства до сучасного.

Г. Алмонд і *Л. Пай*, яких вважають найбільшими авторитетами серед прихильників теорії політичної модернізації [61], на основі **функціонального підходу** встановили, що зміни системних якостей і функцій політичних інститутів охоплюють три процеси:

- 1) структурну диференціацію інститутів політичної системи і спеціалізацію їхніх функцій;
- 2) підвищення здатності політичної системи до мобілізації й виживання;
- 3) тенденцію до рівноправ'я.

Структурна диференціація інститутів політичної системи потрібна для здійснення «розподілу праці» між політичними структурами (законодавчою, виконавчою, судовою гілками влади). У політично нерозривних суспільствах цього немає.

Мобілізаційні можливості політичної системи розглядаються як здатність до мобілізації ресурсів для забезпечення порядку соціального прогресу, врегулювання конфліктів. У традиційних суспільствах це здійснюється через насильство.

Про здатність політичної системи до **виживання** свідчить її намагання модернізуватися. Системи з різними формами комунікації та соціалізації (мас-медіа, школи, вузи, церкви, армія тощо) культивують певні зразки політичної поведінки, підтримують віру в легітимність влади, її справедливість і т. ін.

Тенденція до рівноправ'я полягає у знятті будь-яких обмежень (партійних, кастових, племінних, релігійних) щодо участі в політичному житті.

Але *С. Хантінгтон* додержується іншої думки. Він вважає, що тільки сильні й стабільні державні інститути, а також правовий порядок можуть забезпечити адекватність реагування політичної системи на зміну ситуації (тобто потрібні інституціоналізація та відповідні процедури).

Ступінь модернізованості політичної системи *Г. Алмонд* та *Д. Пауелл* запропонували оцінювати через такі критерії:

- диференціацію політичних ролей (лобіювання інтересів кожної соціальної групи);
- спеціалізацію політичних інститутів (взаємодію та узгодження інтересів соціальних груп);
- культурну секуляризацію (раціоналізацію політичної поведінки: від емоцій, традицій та звичок — до права, фактів, точної інформації).

Насамкінець зазначимо, що автори розгляданої теорії розуміють: в чистому вигляді традиційних і сучасних політичних систем як таких не існує.

Проте дослідження співвідношень згаданих вище компонентів між собою певною мірою характеризує ступінь розвитку системи. Отже, не абсолютизуючи дану теорію, окремі її положення можна успішно запровадити у політичну практику.

1.3. Еліти

Проблеми функціонування еліт останнім часом активно вивчалися такими дослідниками, як *Ж.Блондель*[23], *Т.Дай* [55], *Т.Боттомор* [192], *К.Міллс* [248] та ін.

Всі вони одностайні в розумінні того, що будь-яка політична система не може нормально функціонувати без керівних груп суспільства і зокрема - без еліт. Еліти - формують завдання і спрямованість суспільного розвитку, формують громадську думку у вигляді певних норм політичної поведінки та діяльності, ухвалюють рішення про форми і засоби управління, керують політичною діяльністю, реалізуючи певні владні функції.

Керівні групи віддзеркалюють і реалізують інтереси окремих великих суспільних груп, нав'язуючи водночас свою волю цим суспільним групам і суспільству загалом.

Виокремлюють такі **типи керівних груп** у суспільстві.

1. Керівні центри суспільних рухів і формальних інституцій (партій, об'єднань, блоків).

2. Групи лобіювання інтересів великих спільнот.

3. Транснаціональні формальні керівні групи (комуністичний, соціалістичний, християнсько-демократичний інтернаціонали, церковні об'єднання та ін.).

4. Транснаціональні неформальні керівні групи («Велика сімка», «Тристороння комісія», «Римський клуб», об'єднання масонів, які контролюються керівними колами сіонізму та ін.).

Керівні центри суспільних рухів і формальних політичних інституцій формуються великими суспільними групами відповідно до внутрішніх політичних процедур на основі волі, активної чи пасивної підтримки цієї спільноти. Вони мають певні завдання та повноваження, сфери діяльності, спрямовані на реалізацію планів та сподівань своєї спільноти, і певною мірою підконтрольні їй, а в межах законодавства — державі.

Керівні центри можуть мати формальні і неформальні керівні групи, які необов'язково співпадають.

Скажімо, у формально обраному правлінні партії, блоку чи суспільної організації можуть з'явитися внутрішні групи, пов'язані особистими або іншими зв'язками. Такі внутрішні групи можуть мати певний авторитет, організаційні та соціально-психологічні можливості мобілізувати свою спільноту, нав'язувати їй свою волю, соціальні стандарти, регулювати та контролювати поведінку нижчих рангом.

Існують й інші неформальні керівні групи. Такі, скажімо, як «Велика сімка» (об'єднання найбільших країн Заходу, лідери яких регулярно зустрічаються задля обговорення проблем глобального розвитку). Це неформальна керівна група формальних, легітимно обраних лідерів країн.

А «Тристороння комісія», що була створена свого часу з метою координації дій лідерів великого бізнесу капіталістичних країн (США, Європи і Японії), є об'єднанням неформальних лідерів світу — бізнесменів, науковців, політиків, громадських діячів переважно масонського напрямку.

До найвпливовіших керівних центрів належать і церковні структури, масонські ложі тощо, вплив яких на суспільне життя важко переоцінити, оскільки вони генерують керівні імпульси своїм прихильникам у багатьох країнах світу.

Узагалі керівні центри виконують такі функції:

1. Згуртовують і мобілизують свої спільноти, створюючи внутрішні зв'язки і комунікації задля реалізації їх цілей.

2. Маніпулюють структурами спільноти, обмежують їх свободу дій або самореалізацію з метою збереження єдності структури та досягнення її вищих інтересів.

3. Формують перспективні цілі й завдання, добирають форми, методи та засоби діяльності.

4. Організують роботу внутрішніх структур спільноти, розподіляють функції, визначають завдання та контролюють їх виконання.

5. Формулюють правові, соціальні і психологічні норми суспільної поведінки і ухвалюють рішення з конкретних питань.

6. Нав'язують виконання ухвалених рішень у межах певної групи і, спираючись на підтримку репрезентованих ними спільнот, всьому суспільству.

7. Репрезентують ці спільноти у відносинах з іншими спільнотами й центрами влади в державі.

8. Організують політичну боротьбу та співпрацю з іншими спільнотами, створюють широку електоральну підтримку своїй групі.

9. Забезпечують існування та функціонування своєї спільноти через постійну підтримку організаційно-інституціональних зв'язків, формальних структур, генерування соціальних настанов, цінностей, стандартів поведінки, політичних гасел тощо.

До речі, однією з основних функцій керівної групи є ідеологічна, на основі реалізації якої розгортається виконання організаційно-політичних заходів керівної групи й очолюваної нею великої суспільної групи або спільноти.

Політична еліта є частиною великої суспільної групи (спільноти), яка усвідомлює свої інтереси, власну специфічність, певною мірою організована (має досить стабільні й міцні внутрішні зв'язки), диктує внаслідок цього способи та умови реалізації інтересів своєї групи (спільноти), обмежує коло людей, які реалізують функції управління суспільством, розвитком науки, освіти, культури, економіки тощо.

Еліту може виділити зі свого середовища лише велика суспільна група. При цьому слід зазначити, що за відсутності дієвих демократичних механізмів контролю за діями еліти з боку репрезентованої нею спільноти, еліта може перетворитися на самостійного розпорядника політичної репрезентації не лише керівної групи, а й усього стану, прошарку і т. ін.

Такий перебіг подій може бути реальним завдяки тому, що еліта об'єднує найвпливовіші кола й угруповання спільнот, станів тощо, а також окремих особистостей, які зосередили у своїх руках матеріальні запаси, організаційно-технічні засоби, джерела й засоби масової інформації, мають залежні від них кадри (політиків, ідеологів, чиновників).

Стосовно своєї групи (спільноти) виокремлюють такі **основні функції політичної еліти**.

1. Формування політико-філософських (ідеологічних) засад розвитку суспільства загалом та напрямів руху групи, яку репрезентує ця еліта.

2. Розробка політичної стратегії й тактики, механізмів реалізації політичної волі своєї групи.

3. Політична репрезентація спільноти у відносинах із суб'єктами політики й владою.

4. Регулювання діяльності щодо політичного представництва своєї групи (спільноти), посилення або обмеження його інтенсивності.

5. Добір і підготовка кадрового резерву спільноти.

Отже, еліта розробляє ідеологію та основні засади політичної стратегії (цілі, завдання, загальні розрахунки вигоди й суспільних витрат), а також інструменти її реалізації (примушення, агітація тощо), опосередковано керує сукупною політичною практикою.

До складу політичної еліти правлячого стану входять, як правило, вищі управлінські кадри та ідеологи (інтелектуали, богема, духовенство).

Їх добирають переважно із представників свого стану і вони мають найвагоміші матеріальні й суспільні позиції.

Водночас нерідко реалізуються ще дві **можливості поповнення політичної еліти**:

- перехід частини ідеологів і політиків на службу до «більш прогресивного» (перспективного у плані кар'єри) стану;
- постійний добір талановитих особистостей з підкорених станів через надання їм привілеїв і можливостей для професійного та матеріального зростання.

Окрім зазначених соціальних груп, до складу еліти входять члени сімей впливових осіб з економічних, адміністративних, політичних кіл. До речі, механізми родинних і особистих зв'язків та протекції істотно впливають на спосіб функціонування еліти.

Особливої ваги ці чинники набувають у тоталітарних, авторитарних і перехідних суспільствах, але і досвід так званих «старих» демократій свідчить про часто-густо реалізовані спокуси правлячої влади спиратися на родичів і особистих друзів при призначенні на ключові посади у державі, політичній партії чи бізнесовій структурі.

Проблеми політичної еліти, як і проблеми політичної діяльності, дослідники тлумачать неоднозначно, а власне теорія еліт, що набула розвитку на початку ХХ ст., розглядає політичну владу як основну частину суспільних відносин.

Сучасна політологія виокремлює **три основні концепції функціонування політичної еліти: елітарна модель; теорія плюралізму еліт; моделі майбутнього державного управління.**

1. Концепція **елітарної моделі** передбачає провідну участь у політичній діяльності еліти суспільства, вважаючи участь народу в управлінні державою непотрібною.

У межах цієї концепції розглядають такі напрями:

- макіавеллізм, або теорію захоплення влади правлячою верхівкою (Р. Міхельс, Г. Моска, В. Парето);
- теорія занепаду демократії (Р. Мілс);
- теорія самовідновлення панівного стану (П. Бірнбаум).

Розглянемо коротко ідеї цих дослідників.

Роберт Міхельс (1876–1936), досліджуючи внутрішньопартійне життя, дійшов висновку, що будь-якою політичною організацією (у т.ч. й демократичною) керує привілейована меншість, яка прагне зберегти і посилити свою владу [247].

Гаetano Моска (1858–1941), аналізуючи суспільство в цілому, поширив ці ідеї на весь соціум. Він стверджував, що будь-яке суспільство керу-

ється елітою: аристократичною (закритою) чи демократичною (відкритою). При цьому закритість-відкритість еліти не обов'язково збігається з диктаторською чи демократичною системою правління [56].

Вільфредо Парето (1848–1923) збагатив цю концепцію твердженнями, що еліта однорідна, її зверхність є природною, хоча й не стійкою, а гарантією її живучості є оновлення або циркуляція еліти [55].

Райт Мілс (1916–1962) дослідив владну еліту американського суспільства, відзначивши її єдність, однорідність і аристократизм, що позбавляє народ здійснення своєї суверенної влади власноруч [248].

П'єр Бірнбаум на французькому матеріалі переконався, що управління державою є привілеєм «спадкоємців» з вищого стану, які не допускають до своїх рядів «соціальних іногородців» з іншого стану. Його висновок — демократичні принципи управління державою безнадійно спотворені [23].

2. Теорія плюралізму еліт критично ставиться до однорідності панівного стану, вважаючи, що говорити про еліту слід у множині (Р. Дал [203; 204], Р. Арон [7]).

Роберт Дал (1915) — засновник руху до «поліархії» — дослідив генезу місцевої еліти одного з міст США (1961) від періоду влади «патрициїв» до доби «підприємців» і влади поліархічного типу «екс-плебеїв» з його «розсіяною нерівністю».

Отже, на думку Р. Дала, суспільством керує конгломерат диференційованих і спеціалізованих груп, які очолюються більш-менш підприємливими люди, що домовляються та укладають угоди між собою.

Раймон Арон (1905–1983) запропонував концепцію «правлячих категорій» (1965), в якій виокремив меншість, що впливає на управління суспільством: політиків, найвищих адміністративних і військових кадрів, лідерів громадських організацій (профспілок), керівників підприємств, «духовну владу» — діячів церкви, фахівців, мислителів.

Він вважав, що демократія — результат суперництва та впливу різних керівних категорій людей.

3. Концепція моделей майбутнього державного управління базується на тезі урізноманітнення форм державного управління відповідно до зростання складності відносин між державним апаратом і (громадянським) суспільством.

Представники цієї концепції вважають, що модель державного управління можна сформувати на основі аналізу суміжних процесів у межах соціології громадських організацій і соціології політичної діяльності.

М. Крозьє та *Е. Фрігенберг* сформулювали основи теорії політичної діяльності [201; 202]. Остання стверджує, що не існує суспільств, де б ін-

дивіди були справді незалежними, оскільки на них тисне система (з невизначеними зонами та розпорошеними ресурсами).

Проблеми корпоратизації державної політики опинилися в центрі уваги *П. Мюллера* і *Б. Жобера* (1988), які відзначили, що групи тиску висувують свої вимоги і впливають на механізми ухвалення політичних рішень та розробку стратегій розвитку суспільства [23].

Ознайомившись із деякими сучасними теоріями, не можна не дійти висновку щодо необхідності розрізняти **політичну** й **правлячу еліту**. Перша існує в усіх суб'єктних станах, а друга репрезентує інтереси правлячої спільноти, яку називають ще елітою влади.

Правляча еліта складається з представників законодавчої, виконавчої, судової та медіа-влади всіх рівнів, промислових, банківських, аграрних кіл, військово-промислового комплексу, керівних кадрів правоохоронних органів, освітньо-наукових організацій, конфесій і т. ін.

Особливе значення має дослідження правлячої еліти у перехідних суспільствах, коли партійно-політичні структури суспільства знаходяться ще в зародковому стані.

У таких суспільствах еліта структурується переважно на регіонально-клановому, етнічно-релігійному та галузевому принципах, що заважає їй представникам на початкових етапах державності піднятися на вищий рівень узагальнення й розуміння своєї історичності та політичної перспективи.

Розділ 2

Політична система суспільства

2.1. Поняття і типологія політичних систем

Сучасні політологічні дослідження свідчать, що зміст модерного політичного життя не обмежується відносинами «держава — суспільство». Отже, і терміни «держава», «уряд», «нація» набувають вужчого й інституціонального змісту, оскільки належать до конкретних інститутів, характерних переважно для сучасних суспільств західної цивілізації.

У середині ХХ ст. характер дослідження проблем державного управління радикально змінився після введення до наукового вжитку поняття «політична система», яке набуло значного поширення завдяки тому, що охоплює всю політичну сферу суспільства.

Інакше кажучи, поняття «політична система» є значно ширшим, аніж поняття «державне управління», оскільки стосується всіх осіб і всіх інститутів, які беруть участь у політичному процесі, а також неформальних і неурядових чинників, що впливають на механізми виявлення й поставлення проблем, на генерування та реалізацію рішень у сфері державних відносин.

Ця проблематика активно досліджувалася такими вченими, як Г.Алмонд і Д.Пауел [181], А.Етціоні [215], Р.Давид [54], Дж.Мангейм і Р.Річ [100], Т.Манов, М.Марченко і В.Мшвенієрадзе [116], Т.Парсонс [121], С.Рябов [146] та ін.

Але насамперед — про суспільну систему.

Більшість політологів переконані, що **суспільну систему** становлять основні стани, прошарки та інші суспільні групи, створені ними інститути та механізми, що гарантують реалізацію групових інтересів і потреб, їх зв'язки та залежності, які об'єднують зазначені компоненти в суспільство, зорганізоване в державу.

Під **політичною системою** розуміють сукупність політичних організацій, норм, відносин, діяльності й свідомості, які забезпечують панування правлячого стану, співіснування з ним інших суспільних груп, дозволяють окремим суспільним групам виявляти свої інтереси, потреби й суспільну волю через використання загальних суспільно-політичних інструментів волевиявлення.

Згідно з Г. Алмондом [181], спільним для всіх визначень терміна «політична система» є асоціація її з фізичним примусом у суспільстві, яке конституційоване законодавчо. Розвиваючи ці ідеї, Д. Істон писав про ав-

торитарний розподіл цінностей [211], Р. Дал — про владу, управління й авторитет [203; 204].

Ці визначення передбачають законне право на санкції стосовно тих, хто не виконує «правил гри», встановлених у суспільстві. І хоча політична система не побудована виключно на силових засадах, однак її ставлення до насильства є важливою характеристикою системи. Вони визначають «політичний» компонент поняття. А «система» передбачає взаємозв'язок її складових, а також певні кордони між нею й зовнішнім середовищем.

Кордони політичних систем можуть змінюватися. Наприклад, вони розширюються під час війни, коли великі маси населення мобілізуються, а вплив держави на галузі, що в мирний час практично не регулюються, значно посилюється [116].

Структура політичної системи будь-якого суспільства включає в себе державу та її органи, політичні партії, суспільні організації та рухи, інші об'єднання громадян у поєднанні з нормативно-правовою основою, політичною ідеологією, цінностями тощо.

Кожний з названих компонентів реалізує свої цілі, завдання й функції, використовуючи власні специфічні методи, форми і засоби.

Отже, *політична система є субсистемою (елементом) суспільної системи*. Остання створює основу для існування політичної системи, визначає спосіб її формування та функціонування. Саме вона визначає основні характеристики політичної системи, сфери її функціонування, можливості розв'язання на рівні політики основних проблем суспільного життя [26].

Розвиток суспільної системи, еволюція (перетворення) суспільних відносин та інститутів сприяють перетворенням у політичній системі, виникненню нових інститутів, механізмів, «правил гри».

Проте й елементи політичної системи впливають на економіку, культуру, ідеологію суспільства, а отже, і на функціонування суспільної системи.

Політична система певною мірою є автономною сферою, хоча її самостійність не може виходити за певні межі. Інакше може виникнути загроза існуванню суспільного цілого як такого.

Основним обмеженням автономії політичної системи є економіка. Економічний стан суспільства потрібно постійно враховувати в діяльності суб'єктів політики, оскільки без аналізу суспільних ресурсів, реальних потенцій неможливо приймати оптимальні політичні рішення. Отже, бажано додержувати принципу єдності економіки, політики та ідеології. Остання, до речі, також є чинником обмеження політичної системи. Саме ідеологія визначає основну мету діяльності, наприклад у сфері економіки. Вона формує критерії оцінювання суспільних явищ і процесів,

ефективності функціонування політичної та економічної систем загалом, сприяє цілеспрямованій перебудові суспільних відносин, механізмів їх регулювання, формуванню нових суспільних норм оцінки та поведінки.

Крім того, існують і внутрішні обмеження автономії політичної системи — суперечності між напрямками діяльності окремих політичних інститутів, суспільних груп і т. ін.

У надрах політичної системи формуються нові суспільні рішення, мобілізуються суспільні ресурси та енергія, необхідні для впровадження у суспільну практику зазначених рішень, створення інститутів, що впливають на постійне перетворення елементів суспільної системи. З цього погляду політична система відіграє роль важливого інструмента суспільної системи, оскільки забезпечує останній стійкість, сприяє вдосконаленню окремих її функцій, підвищенню ефективності вирішення конфліктів і суперечностей.

Політична система є автономною і відкритою. Вона має постійні відносини та взаємообмін з іншими субсистемами суспільства. Як і в економічній системі, тут є такий самий тип обміну чинників: витрати й випуск (вхід і вихід).

Найбільший внесок у розвиток цього напрямку політології зробили *Т. Парсонс* [121], який започаткував основи системного аналізу суспільного життя загалом, і *Д. Істон* [211], який застосував загальну теорію систем в аналізі політики. Останній, до речі, як вхід до політичної системи розглядав вимоги й підтримку, між якими мають бути збалансовані відносини. Скажімо, надмірні вимоги або низька підтримка, або обидва чинники разом можуть призвести до руйнування системи. А на виході політичної системи можуть бути нові закони, регламенти діяльності, державні асигнування, інформаційні кампанії тощо.

У. Мітчелл [101] вважав, що вхід політичної системи не має обмежуватися вимогами й підтримкою. На його думку, до них слід додати ще й очікування та ресурси, на які спирається система. А вихід має розглядатись як поєднання мети, цінностей і регулювання. Під останнім він розумів спосіб реалізації мети, цінностей і витрат.

Політична система повинна мати «петлю зворотного зв'язку», оскільки без цього механізму коригування поведінки політичної системи неможливо позбутися соціального напруження в суспільстві чи зменшити його, реагувати на зміну ситуації.

Надзвичайно важливою в політологічних дослідженнях є проблема типологізації політичних систем, кожна з яких по-своєму унікальна й специфічна.

Однією з перших спроб здійснити такий порівняльний аналіз була типологізація *Платона* [124], який виокремив монархію і тиранію, арис-

тократію і олігархію, а також демократію. Показово, що антипода демократії він не вказав, вважаючи останню найгіршою формою правління.

Арістотель [6] на розвиток ідей Платона запропонував два основних критерії оцінювання політичних систем: коли можновладці керують в інтересах усіх, а коли — у власних інтересах. У першому випадку він виокремив монархію, аристократію та «політику», у другому — тиранію, олігархію та демократію.

М. Вебер [36–38] класифікував системи правління згідно з тим, що урядовці можуть претендувати на легітимність свого правління, а члени системи можуть їх прийняти на основі традицій, харизми й легітимізму.

Г. Алмонд [2; 181] розглядав англо-американську, континентально-європейську, тоталітарну й доіндустріальну системи, *Дж. Коулмен* — конкурентну, напівконкурентну та авторитарну системи, а *Д. Ентер* — диктаторську, олігархічну, опосередковано представницьку й пряму представницьку [15].

К. Гаджієв [40] запропонував враховувати однолінійну типологію систем на кшталт:

- рабовласницькі — феодальні — капіталістичні;
- патріархальні, традиціоналістські — раціоналістські;
- колективістські — індивідуалістські;
- диктаторські — ліберальні;
- тоталітарні — демократичні політичні.

Крім того, він вважає, що треба враховувати співвідношення різних типів типологізації: демократія — унітаризм; тоталітаризм — федералізм; демократія — федералізм.

У першому випадку він говорить про типи політичних систем, у другому — про типи політичних режимів, у третьому — про форми державно-адміністративного устрою.

2.2. Функції політичної системи

Для політології політична система є важливою не стільки сама собою, скільки через суспільні функції, які вона виконує. Йдеться про те, що має робити політична система і як (за допомогою яких структур, з якою ефективністю) це робиться?

Вже згадувані Г. Алмонд і Д. Пауелл, погоджуючись з Д. Істоном, пов'язують політичну систему із суспільством і виокремлюють у функціонуванні політичної системи три аналітичних рівні: розглядування системи у взаємодії останньої із зовнішнім середовищем, її внутрішньому функціонуванні, збереженні та адаптації [181; 211].

Ці автори поділяють функції політичної системи на вхідні та вихідні. Функціонування політичної системи відбувається на двох рівнях:

- як елемента суспільства;
- усередині політичної системи.

У першому випадку розглядають дії політичної системи виходячи з чотирьох **основних характеристик політичної системи: регулювальної, видобувної, розподільної, реагуючої та символізуючої здатностей.**

Регулювальна здатність полягає в управлінні, координації поведінки індивідів і груп. Ця здатність може бути реалізована введенням юридичних та інших норм, адміністративного впливу і т. ін. У тоталітарних суспільствах регламентація є більшою, у ліберальних — меншою, однак загалом без неї неможливо обійтися.

Видобувна здатність полягає у спроможності здобувати необхідні для функціонування економічні, фінансові, політичні (у вигляді підтримки) ресурси, які можуть братися з внутрішнього або зовнішнього середовища.

Розподільна здатність пов'язана з розподіленням через політичну систему благ, послуг між окремими особами (дотації, фінансування, пільги, нагороди тощо) або соціальними групами. Ці блага й послуги перерозподіляються після їх отримання із зовнішнього середовища. Наприклад, податкова система, що є видобувним механізмом, може, по-перше, розподіляти податкові пільги, а по-друге, і сама споживати частину тих самих фінансових ресурсів, що витрачаються на оплату персоналу, оренду приміщень, придбання й експлуатацію техніки тощо.

Реагуюча здатність покликана «відповідати» на імпульси (вимоги, побажання, очікування), які надходять на вхід політичної системи. Одні системи можуть бути гнучкими й динамічними в цьому контексті, інші — досить жорсткими та консервативними. Зрозуміло, що перевагу мають ті політичні системи, що можуть швидко адаптуватись і адекватно реагувати на суспільні потреби.

Розрізняють також **символізуючу здатність** політичної системи, що пов'язана з потребами легітимності та суспільної підтримки, зі здатністю системи формулювати популярні символи й гасла, переконання, погляди, соціальні міфи, маніпулюванням суспільною свідомістю з метою підтримки та підсилення легітимності влади задля ефективного здійснення своїх функцій.

Оцінка політичної системи за цими параметрами (регулююча, видобувна, розподільна, реагуюча та символізуюча здатності), яка дає змогу оцінити владу уряду над суспільством, ступінь впливу на суспільну свідомість і поведінку людей в інтересах досягнення цілей уряду, є дуже важливим компонентом функціонального аналізу політичної системи суспільства.

Другий рівень функціонування політичної системи віддзеркалює те, що відбувається в ній самій. Ідеться про функції перетворення вхідних імпульсів на вихідні, до яких належать нормотворчість, застосування правил, контроль за виконанням норм, політична комунікація, збереження та адаптація системи. Конкретизуємо кожну з цих функцій.

Функція нормотворчості полягає в підготовці правових документів, що визначають поведінку людей та груп у суспільстві. У демократичних суспільствах термін «нормотворчість» практично збігається з терміном «законотворчість», що перебуває в компетенції парламенту й значно меншою мірою — виконавчих органів та інституцій — президента, уряду та ін. А в більшості авторитарних, тим більше тоталітарних, систем нормотворчістю займаються виконавчі органи. Як правило, процес прийняття рішень складається з кількох етапів: вироблення політики, вибір загальних цілей і стратегії їх реалізації, розробка й реалізація рішень — конкретних правил, спрямованих на реалізацію стратегічних цілей.

Функція застосування правил передбачає приведення розроблених правил або законів у дію. Ця функція є надзвичайно важливою, оскільки часто прекрасні з погляду права закони й постанови просто не виконуються.

Слід зауважити, що в багатьох політичних системах реалізація цієї функції стимулює діяльність не лише виконавчої влади, а й законодавчих структур. Отже, чітких кордонів між виробленням правил та їх виконанням немає.

Функція контролю за виконанням норм охоплює тлумачення законів і постанов, а також дії щодо запобігання їх невиконанню. Хоча контроль переважно перебуває в компетенції судових органів, ця функція має посісти відповідне місце в діяльності законодавчої та виконавчої гілок влади.

Зазначимо, що ця функція може тісно пов'язуватись із функцією законодавчої. Наприклад, Верховний суд США завдяки своєму праву інтерпретувати Конституцію цієї країни відіграє важливу роль і в законотвортості, оскільки має право скасовувати, коригувати й ратифікувати закони та постанови, ухвалені законодавчими та виконавчими органами на конституційній основі.

Функція політичної комунікації забезпечує розповсюдження й передавання політичної інформації між різними елементами політичної системи, між правителями й тими, ким керують.

У принципі функція політичної комунікації діє у двох напрямках і забезпечує двосторонній зв'язок, взаємообмін інформацією, хоча й класифікується здебільшого як функція виходу політичної системи.

Особливе значення мають **функції збереження та адаптації системи**, тобто політичне рекрутування та політична соціалізація. Перша полягає в реалізації процесів підготовки та селекції персоналу, який візьме на себе функції управління політичною системою, друга сприяє засвоєнню індивідами соціальних, правових і психологічних норм, прийнятих у суспільстві (детальніше про це йдеться в розділах, присвячених еліті та політичній соціалізації).

2.3. Політичні режими

Формою організації й функціонування політичної системи є **політичний режим**, який визначає конкретні процедури та способи організації установ влади та врядування, стиль ухвалення громадських рішень, відносини між державою та громадянами. По суті це поняття означає, як уряд користується владою, контролює й управляє процесами в суспільстві.

Політичні режими розрізняються за такими критеріями:

- способом формування органів влади;
- співвідношенням між гілками законодавчої, виконавчої й судової влади;
- співвідношенням між центральною й регіональною гілками влади та місцевим самоврядуванням;
- становищем та роллю елементів і структур громадянського суспільства (громадян, їхніх груп, громадських організацій та партій);
- встановленою правовою системою, її особливостями й характером;
- співвідношенням між правовими, соціальними та психічними регуляторами суспільного життя;
- рівнем соціально-економічного розвитку;
- політико-психологічною культурою;
- рівнем політичної стабільності суспільства;
- характером реалізації силових функцій держави та ін.

Інакше кажучи, політичні режими розрізняються на основі аналізу співвідношення та взаємодії держави та громадянського суспільства.

За типологією розрізняють **демократичні, авторитарні та тоталітарні режими**. Різновиди — фашистський, комуністичний, теократичний, ліберально-демократичний та ін.

Порівнюючи політичні режими, застосовують такий критерій, як місце керівника країни, що символізує суверенітет і велич держави. Цей керівник може носити офіційний титул короля, царя чи князя в конституційних монархіях (Велика Британія, Данія, Іспанія, Люксембург, Мо-

нако, Нідерланди, Норвегія, Швеція) або президента в республіках: президентській (Польща, Росія, США, Франція,) чи парламентській (Індія, Італія, Німеччина, Туреччина та ін.).

У парламентській республіці президент країни обирається парламентом і залежить від нього, хоча його представницькі повноваження та функції, які не є політично вагомими в контексті реалізації влади, здебільшого не стають предметом гострих суперечок між згаданими суб'єктами політики.

Основну владу в парламентській республіці має голова уряду, який може називатися прем'єр-міністром (Великобританія, Туреччина, Індія), канцлером (Німеччина, Австрія), головою ради міністрів (Італія) тощо. Уряд у такому разі формується політичною партією чи партійними коаліціями, які мають більшість у парламенті.

У президентській республіці глава держави обирається всім населенням. Після перемоги на виборах глава держави за власним розсудом формує уряд і апарат президентської адміністрації. Проте ключові посади уряду, як правило, затверджуються парламентом. До таких посад, зазвичай, належать посади прем'єр-міністра, міністрів оборони, внутрішніх і закордонних справ, економіки й фінансів тощо.

Розрізняють два **види президентської республіки** виходячи з критеріїв внутрішньої структури виконавчої влади. Тут ідеться про відсутність або існування посади прем'єр-міністра у президентській республіці. Наприклад, у США президент є водночас головою уряду, а у Франції, Росії, Болгарії головою уряду є прем'єр-міністр.

Другий тип президентства має певні переваги й недоліки з погляду забезпечення стабільності політичної системи та функціонування різних гілок влади у державі: переваги полягають у тому, що в умовах певної нестабільності президент може змінювати прем'єр-міністра і уряд, у такий спосіб «випускаючи пару» невдоволення людей розвитком ситуації в країні; недоліки — у тому, що президент і прем'єр-міністр (особливо коли останній має певні політичні амбіції) та апарати адміністрації й уряду об'єктивно змушені конкурувати між собою у боротьбі за владу під впливом груп тиску, а також враховувати можливі наслідки відповідальності за свої дії перед виборцями та парламентом.

Якщо президент сам очолює уряд, така конкуренція всередині виконавчої вертикалі відсутня. Проте в умовах реалізації такого політичного режиму, коли в суспільстві зростає невдоволення й ситуація виходить з-під контролю уряду, президент змушений подавати у відставку, що неминуче призводить до дострокових загальних виборів. А це, зрозуміло, пов'язано з витрачанням значних коштів на проведення виборчої кампа-

нії, неактивністю уряду, який знає, що навряд чи залишиться на робочому місці. Як наслідок, керованість суспільними процесами у цей період значно зменшується.

Але коли суспільство розвивається стабільно, державні інституції та політична система взагалі функціонують більш-менш нормально, однорідна структурованість виконавчої гілки влади, безперечно, сприяє еволюційному, спокійному розвитку ситуації.

Проте зазначені недоліки суто президентського політичного режиму не означають, що він не має змоги враховувати розвиток ситуації й не має власних засобів для того, щоб «випускати пару». Коли існують відповідні політичні традиції й стереотипи громадської думки, президент, не відправляючи прем'єр-міністра у відставку, може враховувати (або робити вигляд, що враховує) вплив громадської думки на дії урядової команди. У цьому разі той самий президент США може відправити у відставку міністрів або відповідальних працівників апарату адміністрації, які піддаються найбільшій критиці громадськістю через пресу, парламентаріїв чи впливові і численні соціальні групи виборців.

Ми вже писали раніше, що політичне життя є набагато складнішим за прості, а часом і спрощені форми й моделі політичних режимів. Скажімо, існування чи відсутність того чи іншого суспільного інституту або окремої посади не є загальним критерієм в оцінюванні суб'єктів політики. Саме тому багато політологів говорять про президентсько-парламентські чи парламентсько-президентські політичні режими, в яких керівні виконавчі функції є прерогативою і президента, і уряду, який відповідальний перед парламентом. Згідно з Конституцією України, яку було ухвалено 1996 р., у нашій країні реалізовано президентсько-парламентський політичний режим.

Водночас варто зазначити, що навіть якщо поділ влади й здійснено в межах конституційного поля, це абсолютно не означає, що в подальшому не буде боротьби між гілками влади за розширення своїх владних повноважень. Це нормальний політичний процес, і головне тут, щоб він відбувався у правовому полі, демократично і не супроводжувався загостренням ситуації в суспільстві, загальносистемні цілі якого спрямовані на стабільний та еволюційний розвиток.

Насамкінець повернемося до понять демократичного, авторитарного й тоталітарного режимів.

Раніше йшлося про те, що політичний режим визначається на основі взаємодії держави та громадянського суспільства.

Загалом демократія є певним політичним ідеалом, який виходить з визнання таких концептуальних засад:

- особистої свободи та права громадян на участь у формуванні органів державної влади;
- необхідності контролю за діяльністю влади;
- впливу на ухвалення спільних для всіх рішень на основі загального рівного виборчого права через вибори, референдуми.

Демократичний режим характеризується гармонійним поєднанням правової соціальної держави та розвиненого громадянського суспільства, де реалізовано демократичні принципи.

Авторитарний режим тримається на значному зосередженні влади в руках однієї особи чи обмеженої групи людей, «звуженні» громадянського суспільства (тобто політичних прав і свобод громадян та суспільно-політичних організацій, повноважень демократичних інституцій) і жорсткого примушування до дотримання, можливо, непопулярних, але формально легальних вимог (законів). За авторитаризму вельми характерним є патерналізм (від лат. *pater* — батько), який виходить з того, що держава, влада має по-батьківськи піклуватися про народ. Як наслідок, вона примушує людей до певних дій «для їхнього ж блага».

Деякі вчені вважають авторитаризм необхідним засобом формування громадянського суспільства під час переходу від тоталітаризму до демократії.

Тоталітарний режим характеризується майже повним поглинанням державою громадянського суспільства, всеохопним контролем і репресивним примушуванням громадян до виконання владної волі. Такий режим намагається контролювати всі сфери суспільного життя адміністративно. Він фактично ліквідує або вихолощує конституційні права та свободи громадян і реалізує домінування однієї політичної партії та ідеології.

У межах тоталітаризму виокремлюють більшовицький, нацистський і фашистський режими.

Отже, зазначимо, що політична система, яка, по суті, складається із сукупності взаємопов'язаних політичних інституцій і політичних відносин, є надзвичайно складною й потребує стабільності та еволюційного розвитку, оскільки різкі зміни руйнують її, розбалансовують діяльність, призводять до значних людських, матеріальних і духовних втрат суспільства.

Розділ 3

Держава як форма організації суспільства

3.1. Поняття і функції держави

Найважливішим компонентом будь-якої політичної системи є держава, під якою розуміють форму організації публічної політичної влади у суспільстві.

Держава є похідною від громадянського суспільства, його соціально-економічних, політичних і психологічних відносин. Вона має забезпечувати реалізацію законів, гарантувати функціонування суспільних процесів, що саморегулюються, права і свободи громадян та їх об'єднань [13; 40; 53].

Узагалі термін «**держава**» можна тлумачити згідно з трьома поглядами.

1. У буденній свідомості під нею розуміють організацію великої суспільної групи й використовують як синонім понять «країна», «народ», «батьківщина».

2. Кваліфікують її і як відносини політичної влади або сукупність зв'язків між громадянами та органами держави, з одного боку, і між ними й політичними партіями та суспільними організаціями — з другого.

3. У вузькому розумінні держава ідентифікується з адміністративно-розпорядчими органами та системою правових норм, які визначають їх функціонування.

Основними ознаками держави є наявність державного апарату, права, своєї території, населення та суверенітету.

Розглянемо ці поняття докладніше.

• *Державний апарат*

Державний апарат — це особлива система органів і установ, котрі здійснюють функції державної влади (управління, регулювання й контролю), які по суті є спеціалізованими органами насильства, що використовуються згідно із законодавством цієї держави.

Сучасні держави, як правило, мають п'ять основних елементів організаційної структури державного апарату.

1. Представницькі органи (парламент, органи місцевого самоврядування та самоврядування).

2. Виконавчо-розпорядчі органи, або державна адміністрація (президент, уряд та його регіональні органи).

3. Судові органи.

4. Прокуратура.

5. Органи державного контролю.

Законодавча, виконавча та судова гілки влади мають доповнювати й контролювати одна одну і не перебирати на себе не властиві їй обсяги компетенції. Крім того, слід зазначити, що органи прокуратури й державного контролю часто входять до системи виконавчої влади, а формуються за участю представницької гілки влади.

• *Право*

Держава функціонує в межах встановленого нею правопорядку, який відбиває основні цілі й принципи державного устрою. Отже, право має політичний вимір, що є не лише технікою діяльності держави та регулювання відносин співіснування громадян у суспільній сфері. Воно закріплює систему санкціонованих державою нормативних регуляторів суспільного життя, якій повинні підкорятися всі суб'єкти та об'єкти політики.

У буденній свідомості право часто ототожнюється з різними юридичними нормативними актами. Однак останні є лише формою реалізації права, що може вважатися такою лише за існування демократичної правової організації держави та її органів.

Така організація передбачає вільне волевиявлення громадян на виборах, референдумах, усенародних опитуваннях, через функціонування представницьких органів влади. Воля народу, узгоджена в межах демократичних процедур, завдяки реалізації свободи особистості, держави та суспільства загалом і є правом.

Основним засадничим принципом права є принцип загальної рівності, тобто спільний і однаковий ступінь свободи для держави та її органів, суспільних груп і окремих особистостей. У суспільному житті право постає у формі законів та інших нормативних актів (постанов, розпоряджень, указів, інструкцій).

• *Територія*

Держава існує на певній території, на яку поширюється її юрисдикція, а влада й закони мають характер обов'язкових для виконання всіма громадянами (особами без громадянства, громадянами інших держав) та інституціями. Отже, територіальна ознака є невід'ємним атрибутом держави. Її територію визначають кордони окремих країн, що встановлюються на основі дво- і багатосторонніх договорів.

• *Населення*

Держава охоплює своїм впливом усіх людей, які перебувають на її території (включаючи й осіб без громадянства та громадян інших держав).

Жодна особистість не може існувати за межами держави і не підкорятися їй, оскільки приналежність до держави є суспільною необхідністю й регулюється державним правом.

- **Суверенітет**

Суверенітет держави означає, що найвищу та необмежену владу стосовно внутрішніх суб'єктів має держава. Цей суверенітет мусять поважати інші держави. Він є формально-правовою конструкцією, оскільки слід урахувати міжнародні та внутрішні зв'язки, що можуть обмежувати державну владу.

Отже, суверенітет будь-якої держави обмежують міжнародні, економічні, політичні, військові та інші види залежності, і на це треба зважати, аналізуючи проблеми державотворення та співіснування держав.

(Про особливості еволюції суверенітету держави-нації в умовах глобалізації ми поговоримо окремо).

Форми активності держави щодо суспільства, інших держав характеризуються функціями держави, що поділяються на внутрішні та зовнішні.

До **внутрішніх функцій держави** належать такі:

1. **Економічна** функція, в якій держава виступає як підприємець, плановик і координатор господарської діяльності та економічних процесів.

У різних суспільствах ця функція може виглядати по-різному, виходячи з рівня і ступеню державного регулювання економікою країни.

Наприклад, у суспільствах з розвинутою ринковою економікою і ставкою на саморегулювання бізнесової діяльності, держава переважно є координатором підприємницької діяльності, плануючи діяльність лише ключових для неї галузей — космічної, атомної, енергетичної, транспортної, військово-промислової, науково-технічної.

А суспільства з більшим державним сектором економіки потребують зовсім інших управлінських рішень і дій з боку держави. Тут реалізація економічної функції потребує більшої регламентації з боку держави, в залежності від обсягів державного сектора економіки країни. І зовсім не обов'язково, щоб це була соціалістична країна чи така, що розвивається. Чимало капіталістичних країн відчують потребу в існуванні чималого державного сектора, намагаючись у такий спосіб підтримувати національного товаровиробника і захищаючи власну еконміку від глобальних економічних структур.

2. **Культурно-виховна** функція полягає у підтримці державою соціальних інститутів, які діють у цій сфері суспільного життя (освіта, наука та технології, культура, спорт, пропаганда тощо).

3. **Соціальна функція**, в якій держава є організатором системи охорони здоров'я, опікування, соціального забезпечення непрацездатного населення (пенсіонерів, інвалідів, неповнолітніх, малозабезпечених), безробітних та ін.

4. **Функція підтримки порядку**, реалізація якої має два аспекти:

- гарантування елементарного громадського порядку (правосуддя, боротьби зі злочинністю, утримання правоохоронних органів, в'язниць);
- захист суспільного устрою від політичної дестабілізації та деградації.

Якщо перший аспект реалізується приблизно однаково в усіх суспільствах, то правоохоронно-політична функція відрізняється в залежності від соціально-політичних характеристик держави (правова, демократична, тоталітарна, авторитарна, диктаторська і т. ін.).

У демократичних державах її органи (поліція, прокуратура, спецслужби) діють у більш-менш окреслених правових межах. А за умов, скажімо, тоталітарних режимів ця функція держави є гіпертрофованою і реалізується з грубими порушеннями прав людини, суспільних груп і т. ін.

Зовнішні функції держави з погляду реалізації її політичних цілей та інтересів у структурі міжнародної діяльності розглядають через призму трьох видів державних інтересів.

2. **Інтересів співіснування**, які розглядають з урахуванням автономності, суверенності, участі, співпраці, взаємовигоди, позицій, ролі цієї держави та інших суб'єктів міжнародних відносин.

3. **Функціональних інтересів**, які досліджують з погляду ефективності, інформування, регулювання, надійності функціонування державних інститутів, інновацій і т. ін.

Проте є й інші критерії класифікації функцій держави, за яких останні розглядають не з погляду реалізації цілей та інтересів (внутрішніх чи зовнішніх), а з позицій характеру реалізованих цілей. Такий підхід, ураховуючи тенденції до міжнародної економічної, політичної, екологічної, епідеміологічної залежності, не потребує поділу функцій держави на внутрішні та зовнішні.

3.2. Глобальна держава

Окресливши загальні теоретичні засади функціонування держави як форми організації суспільства, ми повинні звернути особливу увагу на дослідження і аналіз функціонування структур глобальної держави, яка поступово набирає обрисів не тільки віртуальної структури, пород-

женої надміру «креативною уявою» інтелектуалів, але й реальної політичної інституції, що дедалі більше впливає на політичне життя глобального суспільства.

Звісно, можна вважати великими «натяжками» іменування ООН світовим парламентом, Світової організації торгівлі – глобальним міністерством торгівлі, Світового банку – глобальним банком, ЮНЕСКО – глобальним міністерством культури, Всесвітню організацію охорони здоров'я – глобальним міністерством охорони здоров'я тощо.

Проте, здатні бачити і аналізувати, можуть провести відповідні аналогії і зробити для себе цікаві висновки щодо формування нових суспільних структур, які поступово складають підвалини новонароджуваної глобальної держави.

Навіть врахувавши певні зауваження щодо «політичної неповноцінності» цих структур (консensusний - у багатьох випадках - характер прийняття рішень, необов'язковість виконання усіма країнами вже ухвалених рішень згаданих вище глобальних організацій, недостатні важелі впливу на «підпорядковану» ним галузь глобальної суспільної сфери і т.ін.), тим не менше ми можемо оцінити реалії глобалізації і модерні тенденції розвитку глобальної суспільної сфери.

Відтак, виникає потреба дослідження феномену глобальної держави, яка, повторимося, ще лише народжується, проте потребує вивчення наперед, так би мовити, «на виріст».

В цьому зв'язку вельми логічним виглядатиме розгляд глобальної держави (зокрема таких її секторів, як: політичні структури, політичні відносини, політична діяльність та політична свідомість) в контексті вказаних нижче типів глобального політичного менеджменту:

- **програмово-цільовий** (відповідно до мети спрямування, часу дії та наслідків реалізації управлінських впливів);
- **ієрархічно-територіальний** (згідно з ієрархічно-територіальними рівнями і просторами суспільного управління);
- **ієрархічно-регулятивний** (з урахуванням особливостей та ієрархії об'єктів та суб'єктів управління);
- **об'єктно-процедурний** (в залежності від базових сфер суспільства та притаманних їм методів (процедур) управління);
- **функціонально-галузевий** (на підставі врахування особливостей основних сфер суспільної діяльності).

Програмово-цільовий тип політичного менеджменту, відповідно до мети спрямування, часу дії і наслідків реалізації управлінських впливів, містить такі *види політичного менеджменту*:

- **стратегічний політичний менеджмент** (спрямований на здійснення довготермінових планів розвитку глобальної держави, регіонів, груп країн, окремих держав-націй, політичних організацій: міжнародних, регіональних, національних і т.ін.);
- **тактичний (операційний) політичний менеджмент** (пов'язаний з вирішенням поточних проблем політичного управління глобальною державою, регіонами, групами країн, окремими державами-націями та політичними організаціями — щоправда в межах загальної стратегії розвитку цих об'єктів політичного управління);
- **технічний політичний менеджмент** (забезпечує безпосереднє управління використанням наявними ресурсами влади: правовими, політичними, матеріальними, інформаційно-комунікаційними, які необхідні для реалізації відповідних політичних функцій суб'єктів політики).

Ієрархічно-територіальний тип політичного менеджменту, згідно з ієрархічно-територіальними рівнями і просторами суспільного управління, включає до себе такі **види політичного менеджменту**:

- **глобальний політичний менеджмент** (всесвітній рівень управління глобальною державою);
- **цивілізаційно-територіальний політичний менеджмент** (рівень управління сукупністю держав, об'єднаних спільними цивілізаційними ознаками — західною, православною, ісламською, конфуціанською, індуїстською, буддистською, африканською, латиноамериканською, японською цивілізаціями);
- **національний політичний менеджмент** (рівень управління державою-нацією, більш поширений під назвою «державне управління» («Public Administration») та «державна політика» («Public Policy»);
- **регіональний політичний менеджмент** (рівень управління територіями, які мають спільні економічні, соціальні, екологічні, етнічні та інші інтереси, кордони яких можуть не збігатися з державними кордонами);
- **локальний політичний менеджмент** (рівень місцевого управління та самоврядування міста, комуни, селищної, сільської ради тощо).

Ієрархічно-регулятивний тип політичного менеджменту, враховуючи особливості та ієрархію об'єктів управління глобальної держави, включає до себе такі **види політичного менеджменту**:

- **політико-державний менеджмент** (поширюється на всю суспільну сферу шляхом ухвалення і реалізації виконання - в межах певного суспільства - міжнародних угод, національних конституцій, зако-

нів, постанов та ін., а також методів соціально-психологічного впливу на суспільну свідомість та політичну поведінку суб'єктів та об'єктів політики);

- **політико-адміністративний менеджмент** (охоплює своїм впливом регіонально-адміністративні (область, район, місто, селище, село) чи галузеві об'єкти управління (міністерство, відомство) шляхом ухвалення і реалізації адміністративно-правових політичних рішень та відповідних методів соціально-психологічного впливу);
- **політико-організаційний менеджмент** (забезпечує управління і регламентацію внутрішньої діяльності державних і недержавних політичних організацій нормативно-правовими та соціально-психологічними методами; до таких організацій можна віднести такі об'єкти управління як парламент, уряд, обласну чи міську державну адміністрацію, органи управління партією чи громадською організацією, штабом виборчої кампанії тощо).

Об'єктно-процедурний тип політичного менеджменту, в залежності від особливостей базових сфер суспільства та характерних їм методів (процедур) управління, включає такі *види політичного менеджменту*:

- **політико-правовий менеджмент** (забезпечує міжнародно-правове регулювання суспільного життя через діяльність глобальних органів управління);
- **політико-економічний менеджмент** (регулює економічну сферу глобального суспільства, детермінує економічні інтереси, економічні відносини, економічну політику);
- **політико-соціальний менеджмент** (полягає в регулюванні соціальної сфери глобального суспільства, узгодженні соціальних відносин, інтересів і потреб особистостей, соціальних груп тощо);
- **політико-гуманітарний менеджмент** (спрямований на забезпечення прав людей в культурній, етнонаціональній, освітній, науковій та інших сферах діяльності).

Функціонально-галузевий тип політичного менеджменту, на підставі врахування особливостей основних сфер суспільної діяльності, включає до себе такі *види політичного менеджменту*:

- **політико-кадровий менеджмент** (опікується питаннями управління людьми, мотивації, організації та контролю їхньої політичної діяльності);
- **політико-інтелектуальний менеджмент** (полягає в управлінні розпізнаванням, аналізом політичних знань, розробкою ефектив-

ніших дій суб'єктів політики та створенням нових знань про політичну сферу суспільства через організацію та проведення наукових досліджень);

- **політико-технологічний менеджмент** (відповідає за розробку і реалізацію політичних технологій завоювання, здійснення та утримання політичної влади);
- **політико-маркетинговий менеджмент** (зорієнтований на організацію, узгодження і взаємодію внутрішнього середовища суб'єкта політики з умовами ринку політичної влади шляхом реалізації властивих цьому суб'єкту управління конкурентних переваг у боротьбі за завоювання, здійснення та утримання політичної влади);
- **політико-інноваційний менеджмент** (передбачає розробку планів і програм інноваційної політичної діяльності, здійснення узгодженої інноваційної політики, розгляд нових політичних проектів та технологій, створення і організацію діяльності цільових робочих груп тощо з метою підвищення ефективності функціонування суб'єктів політики);
- **політико-фінансовий менеджмент** (полягає в управлінні фінансовими потоками і ресурсами суб'єктів політики, інвестиційними політичними проектами, в політичному контролі за фондовим портфелем, сприянні нагромадженню фінансових ресурсів суб'єктів політики, перетворенню їх на прибутки з додатковими політичними дивідендами).

Розглянувши типологію і видологію політичного менеджменту глобальної держави, ще раз мусимо наголосити, що це дослідження є певним «рухом на випередження», своєрідним політичним прогнозом становлення феномену, основні риси, параметри і характеристики якого ще знаходяться в процесі свого становлення.

Проте, враховуючи історичний досвід державотворення та тенденції глобалізації сучасного світу, ми можемо з певною мірою вірогідності намалювати віртуальну політико-математичну модель цієї глобальної держави і з цікавістю спостерігати за її втіленням у практичне життя...

3.3. Форми державного правління та устрою

Під формою державного правління розуміють організацію верховної державної влади, її структуру, правовий (конституційний) статус, співвідношення між вищими органами державної влади, організацію та механізми їх діяльності [15; 19; 23; 53].

Основними сучасними формами правління є парламентська та президентська республіки і конституційна монархія.

В історичному плані, наприклад, марксистська доктрина виходячи із суспільно-економічного базису виокремлює форми державного правління: рабовласницьку, феодальну, буржуазну, соціалістичну.

Розрізняють також азійську, тоталітарну, диктаторську та інші форми правління.

Парламентська республіка виникла й оформилася у Франції в 70-ті роки XIX ст. [80], а надалі прижилася в інших країнах, де було скинуто монархію. Концептуально вона будується на принципі рівноваги законодавчої, виконавчої та судової гілок влади.

Головою парламентської республіки, як правило, є обраний парламентом президент, функції якого є суто представницькими. Реальну владу в такій державі має уряд, який формується переважно двопалатним парламентом. Перед парламентом уряд несе політичну відповідальність (звітує і т. ін.).

Найхарактернішими прикладами парламентської республіки є моделі державного правління Індії, Італії, Німеччини, Туреччини, Фінляндії, Швейцарії.

Президентська республіка також будується на принципі розподілу влади, однак на чолі її стоїть всенародно (прямо або опосередковано через колегію виборців) обраний президент.

Президент, наприклад у США, має повноваження глави держави й водночас глави уряду, який призначається ним особисто і не підзвітний парламенту. А парламент, наділений усією повнотою законодавчої влади та певними контрольними функціями, не залежить від президента, який не має права на розпуск парламенту.

Водночас президент може накласти вето, тобто заблокувати прийняття парламентом небажаного (з його погляду) закону. Після цього, як передбачає законодавство багатьох президентських республік, парламент має або скоригувати цей варіант закону, або підтвердити його конституційною більшістю (2/3 усього складу парламенту).

Значні конституційні повноваження як глави держави й глави уряду зумовлені тим, що він обирається загальним голосуванням усім населенням, а відтак має широку соціальну базу підтримки.

Президент не підзвітний парламенту, однак за наявності порушень ним конституції згідно зі спеціальною процедурою (імпічментом) він може бути усунутий з посади й притягнений до кримінальної відповідальності.

Президентська республіка вперше була встановлена у США, де діє й донині. Така сама форма устрою використовується тепер у Казахстані,

Польщі, Росії, Узбекистані, Туркменистані, Франції, більшості країн Латинської Америки.

Парламентська й президентська республіки є спорідненими формами правління. Нині увиразнюється тенденція їх взаємозближення [95].

Конституційна монархія в сучасному вигляді існує як парламентська монархія, де пост глави держави (короля, імператора, великого герцога) передається за принципом успадкування. Законодавча влада при цьому належить, як правило, двопалатному парламенту, а виконавча — уряду, який формується останнім.

Монарх є символічною постаттю, яка об'єднує націю переважно на рівні національної, державної свідомості та усталених політичних традицій країни.

Подібні форми правління характерні для Бельгії, Великої Британії, Данії, Іспанії, Люксембургу, Нідерландів, Норвегії, Швеції, Японії.

Зауважимо, що у східних країнах (Бахрейн, Йорданія, Катар, Кувейт, Марокко та ін.) реальна влада належить саме монархам — королям, емірам, шейхам, султанам і т. ін. Роль парламентів у них є незначною, переважно символічною. А, скажімо, у Саудівській Аравії взагалі панує абсолютна монархія.

Загалом у сучасному світі монархічний лад утримується в 34 країнах [136].

Форма державного устрою складається з адміністративно-територіального устрою та механізмів відносин між державою та її складовими, центральними та місцевими органами влади. Існують унітарна, федеративна (таких більшість) і конфедеративна (зустрічається рідко) форми державного устрою.

Унітарна форма характеризується наявністю для всієї країни єдиних вищих органів влади й управління та поділу на адміністративно-територіальні одиниці (області, комуни, округи). Така побудова характерна, наприклад, для Польщі, Угорщини, Франції, Чехії.

Федеративна форма є наслідком добровільного об'єднання державних одиниць, які мають високий рівень політико-правової самостійності, власний адміністративно-територіальний поділ і т. ін.

Говорити про федерацію можна тоді, коли кілька державних утворень мають спільні територію, армію, податкову й митну системи, союзні конституцію (поряд з конституціями суб'єктів федерації), уряд, законодавство й суд, громадянство (поряд з громадянством суб'єктів).

Отже, федерація, яка створюється переважно в багатонаціональних країнах, має спільні для всіх суб'єктів федерації вищі органи влади та управління за одночасного збереження вищих органів влади й управління

суб'єктів федерації. Ця форма державного устрою використовується в Австралії (6 суб'єктів федерації), Австрії (10), Аргентині (23), Бельгії (3), Бразилії (26), Венесуелі (20), Індії (25), Канаді (13), Малайзії (7), Мексиці (31), Нігерії (21), Німеччині (18), Об'єднаних Арабських Еміратах (11), Пакистані (4), США (49), Швейцарії (22).

Конфедеративний союз держав створюється як тимчасове утворення для вирішення конкретних завдань. Свого часу таку форму об'єднання використали Єгипет і Сирія, які нетривалий час співіснували у вигляді Об'єднаної Арабської Республіки (1958–1961), а також Сенегал і Гамбія — у вигляді Сенегамбії (1982–1989). Є ще приклад Швейцарської конфедерації, яка за 500 років своєї історії практично перетворилася на федеративну державу.

Однією з найважливіших характеристик сучасності є система правління, або політичний режим, під якою розуміють сукупність методів діяльності державних органів, політичних свобод і прав громадян, що визначають відносини суспільства, держави та особистості.

Виокремлюють демократичну й тоталітарну (авторитарну) системи правління.

Демократична система правління базується на регулярних, вільних і справедливих виборах, повазі особистості й верховенстві закону, гарантіях свободи й рівності можливостей для кожного громадянина. За такої системи влада підзвітна виборцям і зобов'язана виконувати норми законів.

Для **тоталітарної системи правління** характерне спирання політико-владних структур на пряме насильство (або загрозу його застосування). Такий політичний режим повністю ідеологічно й соціально-політично падає над особистістю, пригнічує її. Для нього характерна абсолютна влада правлячої еліти. Остання, як правило, висуває зі своїх рядів авторитарну особистість, здатну виконувати соціальні настанови своєї спільноти.

3.4. Правова соціальна держава

Для того щоб створити уявлення про вже напрацьовані людством моделі побудови держави, розглянемо основні принципи правової держави демократичного режиму, які можуть стати в пригоді у процесі державотворення.

Як зазначалося, витоки ідеї правової держави можна знайти ще в працях давньогрецьких мислителів Платона [124] й Арістотеля [6]. Ідейно-теоретичні підвалини концепції правової держави заклали Ш. Монтеск'є (концепція розподілу влади) [106], Ж. Ж. Руссо (ідея народного суверенітету) [145] та І. Кант (концепція держави як об'єднання людей, які підкоряються правовим законам) [82].

Основна проблема концепції правової держави полягає у співвідношенні держави та права: що має переважати — право над діяльністю законодавця (парламенту та інших державних органів) чи супервлада парламенту?

У першому випадку розуміють встановлення міри свободи й відповідальності державних органів та особистості залежно від волі громадян (права), у другому — відповідно до рішень власне парламенту. Однак останній шлях призводить до заміни права законом, абсолютизації волі законодавця. У такий спосіб можна оголосити правовою будь-яку державу, де діє принцип формальної ієрархії юридичних норм (конституція — закони — підзаконні акти).

Світова політологічна думка виокремлює такі **принципи правової держави**:

- загальність правління правових законів;
- розподіл влади;
- пріоритет прав і свобод людини;
- юридична взаємовідповідальність держави та особистості.

Загальність правління правових законів полягає в тому, що і громадянин, і держава (законодавчі, виконавчі та судові органи) керуються у своїй діяльності виключно законом. Тільки законодавчий орган може їх ухвалювати, змінювати або скасовувати (знову-таки згідно з відповідними законодавчими процедурами).

Основою всього життя є правління Конституції країни.

На відміну від громадян, які повинні діяти за принципом: дозволено все, що не заборонено законом, державним органам, які пов'язані з адміністративним управлінням, заборонено все, що не дозволено законом.

У правовій державі правлять не окремі особи, а закони, що є основними регуляторами суспільного життя. Порушення законів має каратися знову-таки в межах законів.

Розподіл влади передбачає оптимальне співвідношення компетенцій між законодавчою, виконавчою та судовою гілками влади, узгодження суперечностей між ними, а також між особистістю, державою й суспільством.

Обрана демократичним шляхом законодавча влада реалізує народний суверенітет, формулює норми суспільного й державного життя, що є обов'язковими для виконання всіма громадянами та суспільними інститутами.

Своєрідний правовий контроль у державі здійснює Конституційний суд, а виконавча влада реалізує закони, ухвалені парламентом, формується ним і звітує перед ним.

Якщо вища посадова особа держави (президент) обрана безпосередньо населенням, вона в межах законодавства також підзвітна парламенту. Проте й сама вона має юридичні важелі впливу на законодавчий орган. Наприклад, може розпустити парламент і призначити згідно з конституційними нормами дострокові, позачергові вибори.

Судова влада є арбітром і покликана вирішувати спірні питання між законодавчою та виконавчою гілками влади, а також між ними й громадянами. Вона має бути незалежною й діяти виключно на основі чинних у державі законів.

Пріоритет прав і свобод людини означає гарантію законодавчого забезпечення прав людини та її основних свобод, їх захист виконавчою владою.

Згідно з Паризькою хартією для нової Європи кожна людина має право на свободу думки, совісті, поглядів, переконань, релігії, зборів, пересувань і т. ін. Кожен має право брати участь у вільних і справедливих виборах, володіти власністю, працювати і т. ін. Ніхто не повинен затримуватися правоохоронними та іншими органами без юридичних підстав, надання захисту, справедливого судового розгляду в разі офіційно висунутих йому звинувачень і т. ін.

Під **юридичною взаємовідповідальністю держави та особистості** розуміють одночасне забезпечення виконання прав і свобод громадян з відповідальністю останніх перед державою й суспільством.

Основними методами забезпечення відповідальної поведінки громадян є стимулювання, переконання, підвищення рівня правової та політичної культури.

Водночас правова держава має застосовувати згідно із законодавством певні санкції за невиконання загальноприйнятих юридичних норм поведінки.

Формами відповідальності держави перед особистістю є звіти виконавчих органів перед законодавчими, достовірні інформація для громадян (за винятком тієї, що становить державну таємницю), судові оскарження дій посадових осіб за ущемлення прав громадян тощо.

Звичайно, кожна держава має певні відмінності у внутрішній побудові, однак загальні принципи у тій чи іншій модифікації людство вже сформулювало, і це є надбанням загальносвітової політологічної та правової думки.

Політичний аспект проблеми правової держави полягає в тому, що її формування є кордоном, який розділяє перехід від тоталітаризму до демократії.

Існує й суто правовий аспект цієї проблеми. Він полягає в тому, що держава як джерело формування права на певному етапі суспіль-

ного прогресу й сама потрапляє під «п'яту» права та стає правовим явищем.

Проте правова держава не є вінцем суспільного розвитку. Найрозвиненіший ступінь суспільства — не просто правова держава, а **правове соціальне суспільство**, в якому встановлюється безумовне верховенство права, абсолютне й непорушне панування його принципів і цінностей. У такому суспільстві окрім досягнення правосуддя статусу вищої влади в державі та утвердження культури права значно **розширюються права людини**, які набувають безпосередньо юридичного та соціального значення.

Підсумовуючи, зазначимо такі засадничі **принципи правової держави**:

- громадяни можуть робити все, що не заборонено законом;
- держава може робити лише те, що визначено законом;
- правосуддя має бути незалежним і ґрунтуватися на презумпції невинності.

Але недостатньо досліджувати лише правові норми регуляції суспільного життя. Інтереси розбудови розвиненого громадянського суспільства потребують урахування соціальних регуляторів. Це дає підстави говорити не лише про правову, а й про соціальну державу. **Основними принципами соціальної держави є:**

- забезпечення гідних умов для життя людини;
- соціальна, екологічна, морально-психологічна відповідальність власника, держави за наслідки своєї діяльності.

Отже, проблема державотворення є ключовою під час розбудови системи управління суспільством і соціальними процесами, що відбуваються в ньому. І за оптимального вибору моделі з урахуванням політичної, правової, психологічної культури можна побудувати суспільство, яке буде розвиватися еволюційно без соціальних катаклізмів і катастроф.

Розділ 4

Громадянське суспільство

4.1. Поняття і функції громадянського суспільства

Поняття «**громадянське суспільство**» своїм походженням зобов'язане ідеї «полісу» Арістотеля, «*societas civilis*» (громадянське суспільство) Цицерона та природному праву.

Проте слід пам'ятати, що мислителі того часу по суті розуміли під поняттям громадянського суспільства політичну державу, яка поєднувала найважливіші сфери суспільства: сім'ю, релігію, освіту, культуру, мистецтво тощо. Ці сфери були тісно пов'язані з державою, з якою вони становили єдине ціле.

Інакше кажучи, в античності, а особливо за феодалізму, усі найважливіші інститути суспільного життя — власність, сім'я, стани, корпорації — набули статусу елементів державного життя.

Такий підхід залишався незмінним аж до XVIII ст. Навіть відомі мислителі Нового часу Дж. Локк [96], Ж.-Ж. Руссо [145], І. Кант [82] користувалися словами «громадянське суспільство» і «державна» як синонімами.

Водночас перехід від Середньовіччя до Нового часу ознаменувався визріванням громадянського суспільства та відокремленням його від держави. Поступово формувалося переконання в тому, що надмірно розширена держава стримує розвиток особистості та заважає її вільному виявленню. Тема протистояння громадянського суспільства й держави найширше висвітлювалася в працях Т. Спенсера, Х. Ходжкіна, Ж. Сійєса [4] й особливо в програмному документі Великої Французької революції — Декларації прав людини і громадянина [8].

Найрадикальнішу концепцію запропонував Т. Пейн у памфлеті «Права людини». Цей мислитель вважав державу необхідним злом: що воно менше, то краще для суспільства.

Більш помірковано висловлювалися з цього приводу А. де Токвіль [157], Дж. Мілль [148] та ін., які вважали розмежування між державою і громадянським суспільством постійною характеристикою демократичної соціальної й політичної системи.

Проте існувала й інша течія політичної думки в особі І. Бентама, Ж. Сісмонді, П. Пфіцера, ідеї яких набрали закінченої форми у працях Л. фон Штейна і Г. Гегеля. Ці дослідники вважали надмірну свободу гро-

мадянського суспільства джерелом інтенсифікації конфліктів і обґрунтовували необхідність жорсткішого державного регулювання й контролю [78].

Основна заслуга в розробці концепції громадянського суспільства, безумовно, належить Г. Гегелю, який систематизував суспільно-політичну спадщину французької, англосаксонської й німецької думки. Він вважав, що громадянське суспільство є особливою стадією в діалектичному русі від сім'ї до держави в складному процесі історичної трансформації від Середньовіччя до Нового часу.

За Гегелем, ідеальна держава, визначаючи громадянське суспільство та утримуючи його під своїм контролем (при забезпеченні його свободи), спрямовує його на побудову високорозвиненого суспільства, яке зорганізоване політично [43].

Особливий підхід до громадянського суспільства був вироблений марксистами. Марксистська доктрина свідчила, що політична держава віддзеркалює політичний інтерес, а громадянське суспільство — приватний [15]. По суті К. Маркс та його послідовники спростили структуру гегелівської моделі громадянського суспільства до сфери праці, виробництва й обміну. Що ж стосується відносин між державою й громадянським суспільством, то їх марксизм практично не досліджував, бо декларував побудову комуністичного суспільства, де не буде держави. Відтак, на їхнє переконання, у «царстві свободи» немає сенсу говорити про свободи як такі.

Чим це закінчилося в тоталітарній комуністичній державі — ми вже знаємо.

За Марксом, у комуністичному суспільстві не буде панування влади як такої. А раз немає влади — немає й потреби у владі народу, себто демократії. Тому й не дивно, що громадянське суспільство як таке в марксистській доктрині не досліджувалося. Це ми бачимо і у В. Леніна, який взагалі не користувався поняттями «правова держава» й «громадянське суспільство». Як наслідок, в умовах так званого реального соціалізму держава практично повністю поглинула громадянське суспільство, що призвело до застою, а потім і краху соціалістичної системи.

Щоправда, і в західному суспільствознавстві цей термін не вживали практично до 70-х років ХХ ст. По суті, досліджуючи громадянське суспільство, вчені користувалися терміном просто «суспільство».

У сучасному розумінні **громадянське суспільство** — це сукупність усіх громадян, їх вільних об'єднань та асоціацій, пов'язаних суспільними відносинами, що характеризуються високим рівнем суспільної свідомості та політичної культури, які перебувають за межами держави, її директив-

ного регулювання й регламентації, але гарантуються та охороняються державою.

Інакше кажучи, громадянське суспільство є системою забезпечення життєдіяльності соціальної, соціокультурної й духовної сфер, їх самовідновлення та передавання від покоління до покоління, системою незалежних від держави суспільних інститутів і відносин, що мають створити умови для самореалізації окремих індивідів і груп. У цьому, власне кажучи, і полягають функції громадянського суспільства.

Узагальнюючи, назовемо ознаки **громадянського суспільства**:

- відокремлена від держави структура суспільства, яка складається з громадян, їх добровільних асоціацій і об'єднань;
- вільні відносини між суб'єктами громадянського суспільства;
- цінування громадянських прав вище за державні закони;
- забезпечення прав і свобод особистості, можливостей реалізації її інтересів і прагнень, політичного, ідеологічного плюралізму;
- наявність приватної власності, вільної конкуренції, вільних відносин обміну діяльністю та її продуктами між незалежними власниками, тобто ринку;
- саморегуляція відносин між людьми, їх асоціаціями та добровільними об'єднаннями на основі соціальних і психічних норм регуляторів суспільного життя;
- багатство соціальних ініціатив;
- збереження відповідних традицій, культури тощо.

У розвиненому громадянському суспільстві, яке характеризується високим рівнем політичної організованості, активно функціонують суспільні організації. До останніх належать політичні партії, громадські організації, об'єднання й рухи, конфесії і т. ін., які разом з окремими громадянами становлять структуру громадянського суспільства.

4.2. Глобальне громадянське суспільство

Процеси глобалізації суспільної сфери потребують певного корегування поглядів на становлення новонароджуваного глобального світу та його двох взаємопов'язаних компонентів: глобальної держави (про яку ми вже писали раніше) і глобального громадянського суспільства.

В цьому контексті політологічне осмислення і політичне оформлення нової архітектури глобального за побудовою і своїм внутрішнім змістом суспільства потребують нових поглядів на особливості здійснення політичних комунікацій і, зокрема, громадських зв'язків у принципово нових умовах [17].

Попри всі нерівномірності, неоднозначності і умовності становлення сучасного глобального суспільства та його згаданих вище компонентів, ми все-таки вже маємо певні обриси, за якими поволі проглядається силует нових політичних, економічних, соціально-психологічних та організаційних конфігурацій глобального (або такого, що прагне ним стати) світу.

Як ми вже згадували раніше, суспільні науки донедавна досліджували цю проблематику переважно в межах теорії міжнародних відносин та геополітики [166; 41; 107] і практично не піднімалися на системний, міждисциплінарний рівень політичного аналізу і прогнозування.

Навіть створення та інституціалізація нової науки - **глобалістики**, яка намагається більш-менш системно дослідити особливості становлення глобального суспільства, не змогло кардинально змінити існуючий стан справ. На заваді стала певна фрагментарність і недостатня оформленість об'єкта і предмета дослідження, а також методологічної і методичної бази згаданої нами науки.

Про це свідчить, зокрема, переважання кількості праць в даній науковій галузі, які присвячені вивченню і аналізу специфіки глобалізації в економічній сфері і, значно меншою мірою, в сфері інформаційно-комунікаційних технологій, мас-медіа і загально-філософських та соціально-політичних проблем управління глобальною суспільною сферою [12].

Відтак стає очевидним, що сучасне розуміння процесів міжнародних, міждержавних відносин, загальнолюдської (планетарної), цивілізаційно-регіональної та внутрішньо-національної інтеграції, формування глобального громадянського суспільства та відповідних цивілізаційно-регіональних і національних моделей громадянського суспільства ставлять перед наукою і практикою принципово нові завдання.

Політологія XX століття переважно зосереджувалася на проблемах окремого суспільства, зорганізованого в певну державу-націю з паралельним співіснуванням в межах даного суспільства відповідної національної моделі громадянського суспільства. Зрозуміло, що згадані вище державнація і національна модель громадянського суспільства не можуть існувати одна без одної і є взаємозалежними.

Але, оскільки нині вже настав час говорити про **політологію глобального світу**, яка має досліджувати закономірності функціонування і розвитку політичної сфери та політичного життя планетарного суспільства на глобальному, цивілізаційно-територіальному, державно-національному, регіональному і локальному рівнях, виникає одночасна потреба дослідження і громадянського суспільства на відповідних рівнях суспільного управління.

Загалом, в політико-філософському контексті, ми пропонуємо розглядати **глобальне громадянське суспільство** як планетарну сукупність усіх громадян світу, їх вільних об'єднань та асоціацій, пов'язаних суспільними відносинами, що перебувають за межами новостворюваної глобальної держави, її директивного регулювання і регламентації, але гарантуються і охороняються згаданими вище політичними структурами глобальної держави.

Користуючись категоріальним апаратом політичних наук ми можемо стверджувати, що **глобальне громадянське суспільство** є системою суспільних структур, відносин, свідомості і діяльності, незалежних від політичних структур (наддержавних, міждержавних і державно-національних), відносин, свідомості і діяльності глобальної держави, що лише формується, але, разом з тим, має створити умови для самореалізації всього людства, окремих націй, соціальних груп та індивідів.

Виходячи з такого розуміння можемо сформулювати основні **функції глобального громадянського суспільства**, які полягають у забезпеченні життєдіяльності соціальної, соціокультурної та духовної сфер глобального суспільства, їх самовідновлення та передавання від покоління до покоління.

Наведене вище розуміння формальних і неформальних структур глобального суспільства дає нам підстави говорити про такий специфічний об'єкт дослідження політології глобального світу, як глобальне громадянське суспільство, що має вивчатися й аналізуватися у поєднанні з дослідженням новостворюваної глобальної держави: наддержавних, міждержавних і державно-національних політичних структур, а також структур і елементів місцевого (локального) управління і самоврядування.

Зрозуміло, що вивчення і аналіз даних структур глобальної держави має здійснюватися у тісному зв'язку з дослідженням політичних відносин, свідомості і діяльності, що є невід'ємними частинами новонароджаного глобального громадянського суспільства.

Узагальнюючи, назвемо **ознаки глобального громадянського суспільства**:

- відокремлена від новостворюваної глобальної держави (наддержавних, міждержавних і державно-національних утворень) сукупність структур, яка складається з громадян, їх добровільних асоціацій і об'єднань, соціальних груп, націй і т.ін.;
- вільні відносини між суб'єктами глобального громадянського суспільства;
- цінування громадянських прав та прав націй і народів вище за глобальні (наддержавні і міждержавні) угоди та державно-національні закони);

- забезпечення прав і свобод особистості, можливостей реалізації її інтересів і прагнень, політичного, ідеологічного, релігійного, етнічного та інших видів плюралізму;
- наявність приватної власності, вільної конкуренції, вільних відносин обміну діяльністю та її продуктами між незалежними власниками, тобто ринку;
- саморегуляція відносин між людьми, їх асоціаціями та добровільними об'єднаннями на основі соціальних і психічних норм-регуляторів суспільного життя;
- багатство соціальних, інтелектуальних, наукових, культурних та інших ініціатив;
- збереження відповідних національних, соціальних та інших традицій, культури тощо.

Особливим *предметом політології глобального громадянського суспільства*, на нашу думку, мають бути:

- теоретичні і практичні аспекти архітектури та функціонування глобальних (міжнародних неурядових і транснаціональних) громадських організацій ;
- проблеми становлення структур й елементів глобального громадянського суспільства та взаємовідносин між ними;
- специфіка становлення глобальної, цивілізаційно-регіональної, національної (етнічної) та локальної суспільної свідомості;
- вплив формальних (наддержавних і міждержавних) та неформальних (міжнародних неурядових і транснаціональних) глобальних організацій на становлення, функціонування і розвиток глобального громадянського суспільства та його національних моделей;
- вплив особливостей становлення, функціонування і розвитку окремих суспільств, організованих в держави-нації і національні моделі громадянського суспільства, на глобальний розвиток людства, зокрема, на становлення і розвиток глобального громадянського суспільства та інших держав-націй і відповідних національних моделей громадянського суспільства;
- вплив окремих особистостей , еліт, соціальних груп на розвиток глобального громадянського суспільства та людства в цілому.

Визначившись з глобальним громадянським суспільством як особливим предметом політології глобального світу, потрібно розібратися з методикою і методологією досліджень проблем становлення і розвитку глобального співтовариства у згаданому вище контексті.

На нашу думку, підходи у дослідженні особливостей глобального суспільства і, зокрема, глобального громадянського суспільства, не по-

винні кардинально відрізнятися від аналогічних підходів, напрацьованих в традиційній політології [107; 115; 127; 153]. В даному випадку принципова різниця полягає лише в тому, що на додаток до політичних проблем суспільства, організованого в державу-націю і відповідну національну модель громадянського суспільства, додаються проблеми взаємин цього суспільства з іншими суспільствами у поєднанні з системним ефектом глобального управління і комплексної взаємозалежності країн світу, що глобалізується.

Методика політології глобального світу, на наш погляд, має розглядатися як арсенал комплексних методів вивчення й аналізу функціонування політичної сфери глобального суспільства у поєднанні з економічною і духовною сферами даного суспільства.

В цьому зв'язку логічно зазначити, що **методика дослідження глобального громадянського суспільства** є сукупністю комплексних методів вивчення й аналізу структур та елементів глобального громадянського суспільства та зв'язків між ними, які виникають і розвиваються в процесі функціонування суспільної сфери.

Своєю чергою, **методологія дослідження глобального громадянського суспільства** повинна розглядатися як сукупність пізнавальних принципів дослідження глобального громадянського суспільства у поєднанні з дослідженням проблем новостворюваної глобальної держави (наддержавних, міждержавних і державно-національних політичних структур), а також структур і елементів регіонального, місцевого (локального) управління і самоврядування, що фактично є технологією використання вказаних вище методів вивчення й аналізу.

Ця технологія повинна бути концептуально та ідеологічно вибудованою, має об'єднувати методи класичних політологічних досліджень з методами, процедурами і процесами, технічними прийомами та засобами дослідження, аналізу, перевірки й оцінювання здобутих даних, які використовуються суміжними науками, насамперед теорією міжнародних відносин [166].

Методи дослідження глобального громадянського суспільства є аналогічними методам дослідження глобальної держави і нам нема потреби повторно наводити їхній перелік.

Проте, окресливши загальні теоретичні засади архітектури та внутрішніх зв'язків глобального громадянського суспільства, ми мусимо усвідомити, що практичні засади його функціонування мають, принаймні, не менш важливе значення, ніж теоретичне осмислення та аналіз концептуальних основ життя згаданого вище глобального громадянського суспільства.

Відтак, **політичний менеджмент глобального громадянського суспільства** має розглядатися як загальна і головна функція управління (самоуправління) згаданого вище громадянського суспільства.

Насамперед, назвемо основні **типи політичного менеджменту глобального громадянського суспільства**:

- **програмно-цільовий** (відповідно до мети спрямування, часу дії та наслідків реалізації управлінських впливів на розвиток громадянського суспільства);
- **ієрархічно-територіальний** (згідно з ієрархічно-територіальними рівнями і просторами управління глобальним громадянським суспільством);
- **ієрархічно-регулятивний** (враховуючи особливості та ієрархію об'єктів та суб'єктів управління глобального громадянського суспільства);
- **об'єктно-процедурний** (в залежності від базових сфер глобального громадянського суспільства та характерних їм методів (процедур) управління);
- **функціонально-галузевий** (на підставі врахування особливостей основних галузей діяльності глобального громадянського суспільства).

Програмно-цільовий тип політичного менеджменту глобального громадянського суспільства, відповідно до мети спрямування, часу дії і наслідків реалізації управлінських впливів, включає до себе такі **види політичного менеджменту**:

- **стратегічний політичний менеджмент** (спрямований на здійснення довготермінових планів розвитку глобального громадянського суспільства, його структур, окремих національних моделей громадянського суспільства; міжнародних, регіональних, національних та інших громадських організацій тощо);
- **тактичний політичний менеджмент** (пов'язаний з вирішенням поточних проблем управління глобальним громадянським суспільством, його структурами, окремими національними моделями глобального громадянського суспільства; міжнародними, регіональними, національними та іншими громадськими організаціями — щоправда в межах загальної стратегії розвитку цих суб'єктів глобального громадянського суспільства);
- **технічний політичний менеджмент** (забезпечує безпосереднє управління наявними ресурсами структур глобального громадянського суспільства: правовими, політичними, матеріальними, ін-

формаційно-комунікаційними тощо, які необхідні для реалізації відповідних функцій згаданих вище суб'єктів глобального громадянського суспільства).

Ієрархічно-територіальний тип політичного менеджменту глобального громадянського суспільства, згідно з ієрархічно-територіальними рівнями і просторами суспільного управління, включає до себе наступні *види політичного менеджменту*:

- **глобальний політичний менеджмент** (всесвітній рівень управління глобальним громадянським суспільством);
- **цивілізаційно-територіальний політичний менеджмент** (рівень управління сукупністю національних моделей глобального громадянського суспільства, об'єднаних спільними цивілізаційними ознаками — західна, православна, ісламська, конфуціанська, індуїстська, буддистська, африканська, латиноамериканська, японська цивілізації);
- **національний політичний менеджмент** (рівень управління національною моделлю глобального громадянського суспільства);
- **регіональний політичний менеджмент** (рівень управління структурами глобального громадянського суспільства, розташованими на територіях, що мають спільні економічні, соціальні, екологічні, етнічні та інші інтереси, кордони яких можуть не збігатися з державними кордонами);
- **локальний політичний менеджмент** (рівень місцевого управління та самоврядування міста, селищної, сільської ради та відповідних структур глобального громадянського суспільства).

Ієрархічно-регулятивний тип політичного менеджменту глобального громадянського суспільства, враховуючи особливості та ієрархію об'єктів суспільного управління, включає до себе зазначені нижче *види політичного менеджменту*:

- **політико-державний менеджмент** (поширюється на всю суспільну сферу шляхом ухвалення і реалізації виконання - в межах певного суспільства - міжнародних угод, національних конституцій, законів, постанов та ін., а також методів соціально-економічного та соціально-психологічного впливу на суспільну свідомість та поведінку суб'єктів глобального громадянського суспільства);
- **політико-адміністративний менеджмент** (охоплює своїм впливом регіонально-територіальні (область, район, місто, селище, село) чи суспільно-галузеві суб'єкти глобального громадянського

суспільства (соціально-демографічні, професійні, конфесійні та інші структури) шляхом ухвалення і реалізації адміністративно-правових, суспільно-політичних, економічних рішень та використання відповідних методів адміністративно-правового, соціально-економічного та соціально-психологічного впливу);

- **політико-організаційний менеджмент** (забезпечує управління і регламентацію нормативно-правовими, соціально-економічними та соціально-психологічними методами внутрішньої діяльності структур глобального громадянського суспільства: керівних органів формальних і неформальних громадських організацій, політичних партій, суспільно-політичних, - економічних, - екологічних та інших рухів, виборчих та політичних кампаній, релігійних та професійних організацій тощо);

Об'єктно-процедурний тип політичного менеджменту глобального громадянського суспільства, в залежності від особливостей базових сфер суспільства та характерних їм методів (процедур) управління, включає до себе наступні *види політичного менеджменту*:

- **політико-правовий менеджмент** (забезпечує правове регулювання життя глобального громадянського суспільства через діяльність структур новостворюваної глобальної держави: наддержавних, міждержавних і державно-національних органів, що ухвалюють закони, постанови та інші правові акти);
- **політико-економічний менеджмент** (регулює економічні засади функціонування глобального громадянського суспільства, детермінує економічні інтереси, економічні відносини, визначає економічну діяльність суб'єктів глобального громадянського суспільства);
- **політико-соціальний менеджмент** (полягає в регулюванні соціальної сфери глобального громадянського суспільства, узгодженні соціальних відносин, інтересів і потреб особистостей, соціальних груп та інших суб'єктів глобального громадянського суспільства);
- **політико-гуманітарний менеджмент** (спрямований на забезпечення прав людей в культурній, етнонаціональній, освітній, інформаційній, науковій та інших сферах діяльності).

Функціонально-галузевий тип політичного менеджменту глобального громадянського суспільства, на підставі врахування особливостей основних галузей суспільної діяльності, включає до себе названі нижче *види політичного менеджменту*:

- **політико-кадровий менеджмент** (опікується питаннями управління людськими ресурсами, проблемами мотивації, організації та контролю громадської діяльності людей);
- **політико-інтелектуальний менеджмент** (полягає в управлінні розпізнаванням, аналізом знань про суспільне життя, розробкою ефективніших дій суб'єктів глобального громадянського суспільства та створенням нових знань про суспільну сферу через організацію та проведення відповідних наукових досліджень);
- **політико-технологічний менеджмент** (реалізується через розробку і реалізацію нових технологій функціонування та взаємовідносин елементів і структур глобального громадянського суспільства);
- **політико-маркетинговий менеджмент** (зорієнтований на організацію, узгодження і взаємодію внутрішнього середовища суб'єкта глобального громадянського суспільства з умовами ринку (політичного, економічного, соціального, інтелектуального і т. ін.) шляхом реалізації властивих цьому суб'єкту конкурентних переваг);
- **політико-інноваційний менеджмент** (передбачає розробку планів і програм інноваційної громадської діяльності, здійснення узгодженої інноваційної політики суб'єктів глобального громадянського суспільства, розгляд нових проектів та технологій, створення і організацію діяльності цільових робочих груп тощо з метою підвищення ефективності функціонування суб'єктів глобального громадянського суспільства);
- **політико-фінансовий менеджмент** глобального громадянського суспільства (полягає в управлінні фінансовими потоками і ресурсами суб'єктів глобального громадянського суспільства та новими інвестиційними проектами, в громадському контролі за суспільним фондовим портфелем, сприянні нагромадженню фінансових ресурсів суб'єктів глобального громадянського суспільства, перетворенню їх на прибутки з додатковими дивідендами).

Ми вже зазначали, що глобальний світ знаходиться на початкових етапах свого становлення. І ця нова якість політичних структур, відносин, свідомості і діяльності глобального громадянського суспільства, яке ще тільки народжується, буде набувати нових обрисів і параметрів. І це закономірний і незворотний процес історичного розвитку.

4.3.Партійно-політичні системи, партії та коаліції

До XIX ст. поняття «**партія**» ототожнювалося з групою людей, яка конкурує з подібними групами в боротьбі за владу або за вплив на тих, хто її має.

Одним із перших зацікавився цією проблемою *Моріс Дюверже* [209; 210], який розглядав політичні партії з трьох позицій:

- групи, згуртованої на ідеологічних зв'язках;
- суспільної організації індивідів;
- виразника інтересів певних станів (робітничого, селянського, буржуазного тощо).

До речі, таке розуміння цього терміна абсолютно не суперечить його сучасному тлумаченню.

Політична партія — політична організація, яка об'єднує на добровільних засадах людей зі спільними інтересами, що реалізовані в основоположних ідейних настановах і програмах з метою впровадження їх через оволодіння політичною владою та здійснення державного керівництва країною [13; 23; 71; 86; 108].

Політичні партії є одним з найважливіших суспільних інститутів. Вони великою мірою визначають характер і спрямування політичного процесу, його стабільність і цивілізованість, стратегію й тактику боротьби за владу.

Уже згаданий М. Дюверже встановив різницю між двома категоріями партій:

- виборчого (парламентського) походження;
- зовнішнього походження.

Перші створюються навколо парламентських груп, згуртованих за політичними уподобаннями, та місцевих виборчих комітетів.

Другі створюються з існуючих суспільних організацій:

- профспілок (лейбористська партія Великобританії);
- селянських спілок (аграрні партії у Швеції, Данії, Норвегії, Україні);
- релігійних об'єднань (християнсько-демократичні партії в Німеччині, Італії);
- ветеранських організацій (крайні праві партії в Італії, Німеччині, Франції у період між світовими війнами);
- передвиборчого блоку («Наша Україна»);
- клубів футбольних вболівальників («Вперед Італія») тощо.

Комуністичні партії, як правило, створювалися внаслідок розколу соціалістичних і соціал-демократичних партій. Так було у випадку з КППРС, яка сформувалася на базі РСДРП, що розкололася на більшовиків і меншовиків. Аналогічно була створена Французька компартія (1920).

У посткомуністичних країнах, навпаки, розкол колишніх монопольно правлячих комуністичних партій сприяв появі політичних партій ортодоксально-комуністичних і соціал-демократичних напрямків. Наприклад, в Україні в такий спосіб були створені комуністична, соціалістична партії, а також партія демократичного відродження України (на базі демократичної платформи в КПУ). Водночас соціал-демократичні партії виникли на базі спонтанно створюваних соціал-демократичних гуртків і об'єднань.

Політичні партії є винаходом європейської політичної культури. У генезі політичної партії *М. Вебер* [36; 37] виокремлював три етапи: аристократичне угруповання, політичний клуб, масова партія. Такий поділ сприйняла політологія. Однак слід зауважити, що всі згадані стадії розвитку пройшли лише англійські партії лібералів (вігів) і консерваторів (торі). Більшість сучасних політичних партій одразу сформувалися як масові партії.

Політичні партії XVIII–XIX ст. були невеликими за чисельністю, без фіксованого членства й організаційного оформлення, мали характер елітарних клубів, які діяли насамперед у стінах парламентів.

Як зазначав *Є. Вятр* [39], процес формування політичних партій був суттєвим аспектом руйнування традиційних структур влади аристократії й заміни її більш відкритими об'єднаннями громадян. З'явилися «парламентарні» буржуазні партії, які хоча й були відкритішими порівняно з аристократичними спільнотами, але все-таки елітарно замкненими.

Після завоювання робітничим станом виборчих прав вибори стали не лише внутрішньою справою буржуазії, а й набули загальногромадянського значення. Як наслідок — партії набули характеру масових. Це суттєво змінило їх організаційну та функціональну структуру, форми політичної діяльності.

Парадигму (модель) сучасної партії утворюють такі параметри.

1. Інституціоналізація, або місце й роль партії у політичній системі.
2. Статус у уряді (керівництво або участь), представленість (непредставленість) в органах влади (законодавчих, виконавчих, судових).
3. Соціальна база (стани, групи, конфесії, етноси, окремі громадяни тощо).
4. Політичні орієнтації (настанови) стосовно власності, ролі держави, прав громадян і т. ін.
5. Мета функціонування (суперництво на виборах, підрив політичної системи, підтримка еліти влади і т. ін.).
6. Структурна незалежність (ступінь незалежності, кадрові, фінансові джерела, зв'язки з іншими вітчизняними та зарубіжними партіями).

7. Внутрішня організація (структура, ієрархічні зв'язки, географія впливу, ступінь централізованості, періодичність проведення зборів, з'їздів, інтенсивність пропаганди, постановка науково-дослідницької діяльності і т. ін.).

8. Рівень згуртованості, активності членів партії, дисципліни, дотримання доктрини і т. ін.

Тип партій визначається багатьма чинниками. Скажімо, залежно від політичного режиму вони можуть бути легальними або нелегальними.

Парламентські партії за основну мету мають завоювання депутатських мандатів, формуються переважно згори. Парламентська фракція в такій партії є головною організаційною ланкою, а інколи й керівним та організаційним центром.

Непарламентські партії, на думку М. Дюверже, є централістськими й доктринально єдиними, формуються здебільшого знизу.

За функціональним критерієм партії поділяють на «індивідуального представництва» і «соціальної інтеграції».

Діяльність перших, як правило, полягає в доборі кандидатів у депутати, мери, президенти тощо. Другі діють на основі статуту і програми, передбачають постійне членство, внески, партійну дисципліну тощо.

Програми «ідеологічних» партій ґрунтуються на певному світогляді, партій «ділових інтересів» — на економічному забезпеченні певних соціальних груп. Хоча загалом такий поділ досить штучний, оскільки немає партій, які не керуються певними ідеологічними настановами та економічними інтересами.

Більш-менш прогресивні партії прийнято іменувати лівими, реакційні — правими, а проміжні — центристськими (хоча в посттоталітарних суспільствах навряд чи можна назвати комуністичні та соціалістичні партії прогресивними, оскільки здебільшого вони закликають до повернення старих часів).

Найпоширенішим у західній політології є поділ партій на масові й кадрові. Масові партії (соціал-демократичні, комуністичні, фашистські) мають за базу великі соціальні групи, добре зорганізовані, згуртовані на основі певних світоглядних принципів, існують переважно за рахунок внесків.

Кадрові партії (наприклад демократична та республіканська партії у США) не мають обов'язкового членства, внесків, постійних зборів тощо. Вони спираються на існуючі соціально-політичні структури та впливових у виборчих акціях осіб. Це забезпечує їм широку підтримку громадян під час виборів.

Однак і масові, і кадрові партії претендують перетворитися на загальнонародні, звертаючи дедалі більше уваги на організаційні аспекти своєї діяльності.

Традиційні для Західної Європи консервативні та ліберальні партії є децентралізованими. Соціалістичні партії є масовими та централізованими, а комуністичні та фашистські — жорстко централізованими, з чіткою ієрархічною підпорядкованістю й напіввійськовою дисципліною.

До нетрадиційних партій належать екологічні, жіночі, партії любителів пива, дурнів та ін., які ґрунтуються на еклектичній ідеології, відмові від професійного апарату, прискореній ротации лідерів і депутатів.

Зауважимо, що наведені критерії класифікації партій є досить умовними. У кожному конкретному випадку потрібно розглядати характеристики партій окремо, особливо коли йдеться про партійно-політичні структури, які щойно стали на шлях формування та інституціоналізації.

Основні функції політичних партій полягають у здійсненні зв'язків між суспільством і державою, інтеграції інтересів різних соціальних груп населення, виробленні альтернативних політичних програм розвитку суспільства, політичних структур і технологій (виборчих систем, структур влади, підготовки кадрів для політичної і правлячої еліти і т. ін.).

Багатопартійність є цивілізованим механізмом узгодження інтересів різних суспільних груп, підходів, поглядів, мобілізації громадян на легітимізацію (узаконення) політичного ладу і т. ін.

Невід'ємною складовою політичних відносин є стосунки між партіями, що найвиразніше виявляються на терені відносин з державною владою. Це означає, що партійні системи є складовими політичної системи суспільства загалом.

Насамперед бажано визначитися з терміном «**партійна система**», під яким розуміють:

- право партій на формування власної системи правління (*С. Ньюмен, Р. Штайнігер*) [107; 269];
- сукупність політичних сил, представлених у парламенті, або таких, які прагнуть до представництва в ньому (*Е. Каак, А. Ковлер*) [255; 86; 87];
- сукупність відносин між легально діючими політичними партіями, що виявляються у спільній боротьбі або суперництві за владу в суспільстві (*Є. Вятр*) [39];
- сукупність політичних партій, які існують у країні, незалежно від форм діяльності та ступеня інституціоналізації згідно з чинним законодавством (*В. Євдокимов*) [40].

На думку автора, під **партійною системою** слід розуміти сукупність політичних партій, відносин між ними, між партіями й державою, їх характер, умови діяльності, погляди на базові цінності політичної культури суспільства та ступінь узгодженості у цих поглядах, що реалізовані у прийнятих ними ідеологічних доктринах та формах і методах практичної політичної діяльності [13].

Отже, характер партійних систем визначає вид політичного режиму, механізм та ефективність функціонування демократичних інститутів суспільства.

Один із найпоширеніших підходів до типології партійних систем полягає у виокремленні одно-, дво- і багатопартійних систем.

Однопартійна система характеризується управлінням державою лише однією партією (як у колишньому СРСР) і властива авторитарним та тоталітарним політичним режимам.

Двопартійною вважають систему, в якій реальну боротьбу за владу ведуть лише дві партії (як приклад — демократична та республіканська партії США). Однак це не виключає існування інших політичних партій, які за політичним впливом просто не можуть скласти конкуренції двом «основним монстрам» політичного життя. На думку багатьох політологів, двопартійна система найкраще забезпечує стабільність розвитку суспільства, максимально наближаючи інтереси держави й партій.

Багатопартійна система може бути схарактеризована як така, що передбачає реальний вплив на функціонування державних інститутів суспільства (парламенту, уряду, судових структур) більше двох політичних партій.

До речі, у державі цивілізованій (демократичній), що нормально функціонує, загальним критерієм визначення типу партійно-політичної системи є кількість партій, які мають представництво в парламенті внаслідок проведення демократичних прямих загальних виборів.

У багатопартійній політичній системі, як правило, характер парламентської більшості, побудованої на різноманітних комбінаціях основних партій, які представлені в парламенті, змінюється після кожних виборів. Відповідно змінюються й урядові кабінети.

У сучасному світі можна виокремити сім основних видів партійних систем:

- однопартійні (колишній СРСР, Китай, Куба, Північна Корея);
- з партією-гегемоном (Мексика, колишні країни соціалістичного табору);
- з панівною партією (Японія, Індія — в окремі періоди своєї історії);
- двопартійні (США, Канада, Великобританія);

- поміркованого плюралізму (Німеччина, Бельгія, Франція);
- поляризованого плюралізму (Італія, Нідерланди, Фінляндія);
- атомізовані (Малайзія).

Найчастіше у світовій політичній практиці використовується партійна система поміркованого плюралізму, яка характеризується існуванням трьох-п'яти партій, з яких жодна не переважає й не може самостійно утворити правлячу коаліцію. Відтак вони змушені йти на досягнення угод, компромісів щодо формування уряду згідно з кількістю виборних депутатських мандатів у парламенті та місцевому самоврядуванні. Доволі поширеною є й поляризована партійна система, за якої боротьбу за політичну владу ведуть більше шести партій.

Якщо в країні налічується надто багато невеликих партій (що особливо характерно для посттоталітарних суспільств), як правило, вони утворюють блоки або коаліції на час ведення передвиборної боротьби. Звичайно, такі угоди не можуть бути довготерміновими і не можуть гарантувати політичної стабільності в суспільстві. Однак вони відіграють певну роль у формуванні партійно-політичної структури суспільства, запровадженні демократичних процедур в управлінні суспільством, підвищенні рівня його політичної та правової культури.

Політична практика свідчить, що відслідковується стійка тенденція зменшення кількості партійних блоків і партій у суспільствах з політичною та економічною стабільністю. Останні сприяють концентрації політичних сил у порівняно невеликій кількості партій та їх блоків. Хоча це, звичайно, дуже складний процес, який залежить від багатьох чинників: політичної культури, традицій, ментальності тощо.

4.4. Суспільні організації та рухи

Специфічною формою політичної активності громадян є **суспільно-політичні організації та рухи**, які відрізняються метою, способами її реалізації, ідейними та доктринальними засадами.

Суспільні організації виникають тоді, коли кілька осіб об'єднуються і між ними встановлюються певні зв'язки. Слід зазначити, що такі організації громадян формуються передусім як інструмент реалізації потреб та інтересів цих громадян. Отже, природна потреба людей в об'єднаннях є наслідком спільності їхніх соціальних статусів (станів) і т. ін.

Політологія виявляє свій особливий інтерес до недержавних або неурядових суспільних організацій, які мають постійні (стабільні) риси та характеристики й певну самостійність у діях. Діяльність таких організацій тісно пов'язана із впливом на центри прийняття політичних рішень.

Людина, яка є членом суспільної організації, має дотримувати прийнятих у ній правил поведінки. Кожному членові організації належить відігравати відповідну соціальну роль [59; 73; 74; 98].

Отже, у разі потреби організація може вимагати від свого члена:

- підпорядкування власних інтересів суспільним, навіть якщо він особисто голосував проти прийняття певного рішення;
- провадження діяльності, в необхідності якої він не переконаний;
- пристосування до звичаїв і традицій організації (уніформи, зразків поведінки, специфічної мови тощо).

Виконання цих вимог сприяє вихованню почуття єдності, зміцненню зв'язків, безперервності функціонування певної спільноти.

Суспільні організації є вагомими чинниками суспільних перетворень, упорядковують суспільне життя. Застій в їх діяльності позначається на функціонуванні всього суспільства, знижує ефективність його функціонування.

Організація як форма суспільних зв'язків є певною системою відносин, інститутів, засобів громадського контролю, об'єднує індивідів, групи, колективи завдяки існуванню системи цілей, сприяє зміцненню, розвитку й виявленню потреб та інтересів своїх членів.

Класифікуючи суспільні організації, бажано враховувати такі критерії:

- особливості організацій, які мають певні стосунки з центрами прийняття політичних рішень;
- функції, які вони виконують стосовно інтересів своїх членів;
- функції, які вони виконують щодо системи влади в державі.

За видами діяльності суспільні організації поділяються на такі групи:

- професійні;
- економічні (спілки підприємців, кооператорів, селян, товаровиробників, обдурених вкладників та ін.);
- конфесійні (католицькі, православні, мусульманські, іудейські, масонські та ін.);
- культурологічні та освітянські (товариства «Просвіта», любителів української, російської, французької мов та ін.);
- спортивні, туристичні, тверезості й здоров'я та ін.;
- наукові, науково-технічні (спілки викладачів, науковців, інженерів, енергетиків та ін.);
- оборонні (ДТСААФ, аероклуби, мотоклуби);
- національні (товариства російської, єврейської, польської культур та ін.);
- екологічні («Зелений світ», «Грінпіс» та ін.).

Суспільно-політичні рухи відрізняються від суспільних організацій, як правило, відсутністю фіксованого членства, хоча це й не є провідною характерологічною ознакою. Як приклади можна навести такі об'єднання, як Комуністичний, Соціалістичний, Християнсько-демократичний інтернаціонали. А скажімо, під національно-визвольним рухом можуть розглядатися політичні сили глобального рівня.

Згадані рухи властиві індустріальному суспільству, мають зовнішній характер. Проте існують рухи, які є складовою політичної системи держави. Йдеться про суспільно-політичні рухи постіндустріальних і посттоталітарних суспільств.

В останньому випадку суспільно-політичні рухи постають як перехідні форми об'єднання громадян, які протидіють тоталітаризмові в особі монополю правлячої партії (по суті — еліти). Надалі вони мають тенденцію до дезінтеграції, втрачають свій вплив, водночас створюючи умови для формування багатопартійної системи. Саме такий шлях пройшли «Солидарність» (Польща), Демократичний форум (Угорщина), «Саюдіс» (Литва), Союз демократичних сил (Болгарія), «Демократична Росія» (РФ), Народний рух України (Україна) та ін.

Суспільні рухи, які об'єднують на основі однієї-двох ідей політичні сили, що стоять на різних політичних та ідеологічних платформах, не можуть існувати впродовж тривалого часу.

З досвіду знаємо, що здебільшого вони перетворюються на партії, оскільки нові завдання потребують чіткої організації діяльності. Зважаючи на це, бажано вивчати суспільно-політичні рухи з погляду теорії мобілізації ресурсів, тобто як організацію, яка має певні внутрішні та зовнішні ресурси розвитку.

З позиції соціальної психології суспільно-політичні рухи досліджуються через вивчення психологічної мотивації участі громадян у їхній діяльності, прагнення певних груп людей досягти вищого соціального статусу.

Теорія колективної поведінки аналізує суспільно-політичні рухи як форми колективної діяльності в умовах правової держави. Остання мусть забезпечити розв'язання соціальних конфліктів, не руйнуючи наявного суспільного ладу.

Оскільки суспільно-політичні рухи, на відміну від партій, важко класифікувати відповідно до політичної ідеології (консерватизму, лібералізму, соціал-демократії, марксизму-ленізму та ін.), наприклад, *Е. Гідденс* запропонував таку типологію:

- трансформативні рухи, спрямовані на радикальні зміни в суспільстві;

- реформаторські рухи, пов'язані з модифікацією теперешніх порядків;
- рухи порятунків, наприклад релігійні, які прагнуть спасіння людини від гріха і т. ін.;
- альтернативні рухи, які зосереджуються на усуненні негативних рис, звичок, наприклад рух за здоровий спосіб життя, проти наркоманії [255].

Суспільно-політичні рухи, на думку Є. Вятра, проходять такі стадії розвитку.

1. Постає суспільна потреба в соціальних змінах, яка веде до контактів найактивніших індивідів і формування ініціативної групи.

2. На основі об'єднання індивідуальних прагнень формуються програмні засади, платформи, доктрини.

3. До політичної діяльності залучаються широкі кола прихильників, покликані реалізувати завдання суспільно-політичного руху.

4. Спадає активність руху, коли цілі досягнено або виявилось, що їх неможливо реалізувати; рух припиняє свою діяльність або трансформується в партію [39].

Суспільно-політичні рухи відіграють велику роль у формуванні партійно-політичних структур суспільства, а в посттоталітарних суспільствах вони взагалі їх замінюють у певні періоди розвитку. Хоча це не означає, що в умовах розвинених партійно-політичних структур рухи не мають права на життя. Навпаки, досвід існування в 70–80-ті роки ХХ ст. досить впливових екологічних, антивоєнних, жіночих та інших рухів у багатьох країнах світу свідчить про те, що за будь-яких умов, будь-якої партійної системи є соціальна ніша для рухів. Останні виконують тоді функції індикаторів невдоволення громадян, є компонентом системи груп тиску на центри прийняття політичних рішень, інституціоналізованим каналом залучення громадян до політики, а отже, засобом сприяння прийняттю оптимальніших рішень щодо соціального управління державою й суспільством.

4.5. Особливості становлення громадянського суспільства в Україні

На сучасному етапі сходження України, її подальшого демократичного розвитку нагальною постає потреба утвердження інституту громадянського суспільства — невід'ємної складової демократії. Адже нині на тлі соціально-економічних негараздів та політичних викликів, як і в 1991

р. — на зорі незалежності, тривоги людей за майбутнє суспільства ще не зменшилися. Спроби виправдати припущені помилки і кризову ситуацію тяжкою спадщиною чи труднощами перехідного періоду вже також не сприймаються. Власне демократія і демократичні зрушення мають стверджуватися гідними діями та вчинками.

Ретельний аналіз сучасного суспільно-політичного стану, коли громадянське суспільство в Україні робить перші самостійні кроки, свідчить про імовірність кількох сценаріїв його розвитку:

- згортання громадянського суспільства і реставрація в тому чи тому вигляді тоталітарного режиму;
- консервація на тривалий час існуючого стану справ і відповідно тяжіння до авторитарних методів управління;
- поступовий еволюційний розвиток демократії та зміцнення громадянського суспільства.

Останній сценарій за нинішніх умов є найімовірнішим, проте не можна виключати і реалізацію перших двох варіантів розвитку подій.

Європейський досвід утвердження громадянського суспільства в країнах, які стали на шлях демократичного розвитку, свідчить що цей процес є вельми непростою і досить тривалою справою. Дж. Кін справедливо стверджує: «Народження та відродження громадянського суспільства завжди пов'язане з небезпеками. Воно дарує свободу деспотам та демократам рівною мірою». І далі він образно висловлюється: «Незріле громадянське суспільство може перетворитись на поле битви, на якому завдяки правам і свободам лисиці насолоджуються свободою полювання на курей» [83, с.51].

Еволюційний шлях розвитку громадянського суспільства в Україні передбачає використання відповідних політико-правових передумов, а також свого роду ресурсів, спрямованих на утвердження власне громадянського суспільства як інституту розвиненої демократії.

Йдеться, насамперед, про *Основний Закон держави, який є основним правовим ресурсом формування громадянського суспільства*. Вітчизняна Конституція законодавчо закріплює права і свободи, якими володіє кожен громадянин держави і які держава йому гарантує. Відповідна стаття розділу I Конституції України стверджує: «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю». І далі: «Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави» [89, с.6].

Також розділ II Основного Закону держави має назву: «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» і відповідно містить правові норми та засади щодо громадянських прав і свобод на рівні європейських

демократичних засад. Слід мати на увазі, що ці положення — це конституційні норми прямої дії.

Наступним ресурсом, що сприяє еволюційному становленню подальшого утвердження громадянського суспільства, є досвід суспільно-політичної участі та громадянської самодіяльності, нагромаджений населенням за роки незалежності. Останнє, як відомо, досягається під час активного виразу і обстоювання своїх інтересів. На сучасному етапі суспільно-політичного розвитку в країні йде життєдайний процес формування основних структур громадянського суспільства.

Одним із потужних складових громадянського суспільства постають політичні партії. Адже їх головна функція, яка має безпосереднє відношення до громадянського суспільства, полягає в артикуляції інтересів різноманітних соціальних прошарків населення.

Далі в структурі громадянського суспільства йдуть групи, об'єднання за інтересами так званого «третього сектора», що є вагомим чинником становлення громадянського суспільства. До них належать об'єднання підприємців, професійні спілки, товариства споживачів, благодійні товариства. У міру створення інфраструктури ринку з'являються відповідні бізнесові спілки та асоціації. До цього слід додати й усі інші неформальні, неурядові, некомерційні організації.

Вагомим соціальним інститутом громадянського суспільства є органи місцевого самоврядування. Згідно з правовими актами, важливими ознаками будь-якого органу місцевого самоврядування є його правова, організаційна та фінансова автономія. Законодавчо місцеве самоврядування визначається як гарантоване державою право та реальна здатність територіальної громади самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [69]. Значущість місцевого самоврядування полягає в тому, що воно забезпечує оптимальне поєднання загальнодержавних інтересів та інтересів кожної місцевої спільноти і відіграє роль впливового інституту громадянського суспільства.

Оцінюючи діяльність структур громадянського суспільства, можна стверджувати, що у них є достатній потенціал, який дозволяє громадянам брати участь у процесі прийняття політичних рішень з життєво важливих питань і здійснювати контроль за їх реалізацією. Проте реальний вплив громадських організацій на політичну владу, на перебіг подій у країні все ще незначний, а їх можливості обмежені.

Сутність громадянського суспільства в кінцевому підсумку полягає у забезпеченні законних прав людини. Особистість у такому суспільстві має гарантію вільного вибору тих або інших форм економічного і політично-

го буття, ідеології, світогляду, а також можливість вільно обмінюватися думками, обстоювати свої погляди.

Економічна основа громадянського суспільства — це різноманітність форм власності та ринкові відносини. Світовий досвід доводить, що саме реальному формуванню громадянського суспільства як інституту демократії передують становлення різноманітних форм власності з перевагою приватного капіталу. Адже раціонально регульована ринкова інфраструктура спричиняє ділову активність, заповзятливість людей, створює передумови їх плідної роботи. Наявність же власності стає умовою свободи особистості в громадянському суспільстві.

У політичній сфері громадянське суспільство має забезпечувати всім громадянам вільну участь у державних і громадських справах. Держава і громадяни за наявності закону та рівності перед ним мають певний загальний інтерес і реалізують його. Таким чином, створюється демократична правова держава, в якій ці інтереси реалізуються на основі визнаних у міжнародному співтоваристві норм.

У такій державі виключається дискримінація за національно-етнічними, політичними, релігійними, статеві-віковими ознаками. Забезпечується надійний законодавчий захист особистості та гідності громадянина. Іншими словами: недоторканності його житла і майна, вільного вибору професії, визначення місця мешкання, пересування в країні та за її межами, таємниці листування, телефонних розмов та інших видів сучасного спілкування, свободи слова, друку та інформації. Реалізується вільне самовизначення людини в її світоглядних і духовних інтересах, а також шляхом забезпечення всебічного захисту громадянських прав з боку судових органів і громадських організацій.

В соціальній та духовній сферах громадянське суспільство спирається на вельми широку соціальну базу в межах якої встановлюються відносини, пов'язані з індивідуальним вибором, політичними та культурними ціннісними орієнтаціями. Завдяки реалізації різнопланових інтересів забезпечується культурно-політичний плюралізм, важливий для нормального функціонування громадянського суспільства, толерантність відносин.

Таким чином, нині громадянське суспільство виступає як сукупність суспільних відносин (економічних, соціальних, політичних, духовних), формальних і неформальних структур, які задовольняють весь спектр потреб і реалізують інтереси індивідів та їх груп. Громадянське суспільство постає постійнодіючою складовою демократії, воно забезпечує демократичний поступ держави.

У перші роки незалежності відбувалось організаційне й інституційне оформлення громадянського суспільства. Виникли сотні асоціацій,

об'єднань, громадських організацій, нові профспілки, фундації, фонди тощо. Поступово формувалися й інші елементи громадянського суспільства, а саме: ринкова економіка, незалежні мас-медіа, різноманітні добровільні організації, кризові центри та ін. Стимулюючим чинником щодо їх формування і розвитку стала офіційна політична лінія, конституційно-правові засади. Згідно останніх в сучасних умовах розбудова громадянського суспільства виступає важливою метою і завданням влади, країни.

Формування засад громадянського суспільства відбувається в усіх сферах суспільного життя як атрибут демократичних перетворень періоду незалежного розвитку української держави. Адже раніше, за доби соціалізму сталося всеосяжне одержавлення суспільного та приватного життя, а громадянське суспільство існувало лише в зародковому стані.

Політико-правову основу громадянського суспільства створюють політичний плюралізм, демократичне за своїм змістом законодавство. Становлення і розвиток громадянського суспільства у нашій державі пройшло кілька етапів. Не вдаючись до детального їх аналізу, слід підкреслити, що з прийняттям 28 червня 1996 р. Конституції України розпочався якісно новий етап у розвитку загалом суспільства та держави. Через весь зміст Конституції проходить гуманна ідея про те, що держава функціонує для людини та відповідає перед нею за свою діяльність.

Неоціненне значення для формування засад громадянського суспільства мають норми, виписані в статті 15 Конституції України. Вони важливі тим, що вперше проголосили: «Суспільне життя в Україні ґрунтується на засадах політичної, економічної та ідеологічної багатоманітності».

Принцип багатоманітності, плюралізму — новий для всіх сфер життя, його опанування громадянами й інституціями здійснюється поступово і вже має певні позитивні результати. Політична багатоманітність дає реальну можливість створення та діяльності різноманітних об'єднань громадян (політичних партій, рухів, конгресів та ін.), які передбачають збагачення форм політичної участі громадян. Тепер це не лише участь у виборах різного рівня, а й формування органів місцевого самоврядування, і реальне здійснення самоврядних функцій, участь у виробленні державної політики тощо.

Важливим з точки зору формування громадянського суспільства є розділ II Конституції України «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина». А його розміщення після «Загальних засад» і перед розділами про органи влади підкреслює пріоритетність людини перед державою. Комплекс закріплених у розділі прав, свобод і обов'язків — це певна система, складовими якої є особисті, громадянські, політичні, соціальні,

економічні, культурні та екологічні права, які безпосередньо сприяють формуванню громадянського суспільства. Права і свободи людини, на які держава не може зазіхати, забезпечують кожній особі можливість бути самостійним суб'єктом суспільного життя, що сприяє формуванню його громадянських якостей.

Громадянське суспільство як інститут демократії вбирає відчутні зміни суспільного буття різних верств та соціальних прошарків. Це стосується, зокрема, і молодіжного руху в країні. А він чутливо виявляє певні тенденції розвитку суспільства. Незважаючи на те, що переважно молодь залишається аполітичною, молодіжний рух зазнав певної політизації.

За даними Державного інституту проблем сім'ї і молоді, зовсім не цікавилися проблемами політичного життя відповідно — 24% (1995 р.), 32 (1996 р.), 40 (1998 р.) та 34% (2002 р.). З іншого боку, з кожним роком політичні партії розвивають мережу молодіжних навколопартійних структур.

Та й самі лідери багатьох молодіжних організацій через відповідні структури, схеми взаємин намагаються шукати заступництва, допомоги у політичних партій. Особливо активно цей процес відбувається в період виборів. Певне посилення політизації спостерігалось з другої половини 90-х рр.

Нині майже всі провідні вітчизняні політичні партії мають молодіжних партнерів: КПУ — Ленінську Комуністичну Спілку Молоді України, НРУ — Всеукраїнську молодіжну громадську організацію «Молодий рух», СДПУ(о) — громадську організацію «Українська соціал-демократична молодь», НДП — Народно-демократичну лігу молоді та ін. На регіональному рівні вони також починають набирати політичної ваги.

Це сприяє зміні політичних орієнтацій молоді, зменшенню числа тих, хто не брав участі у виборах, з 38 до 19,7 % (1997-2006 рр.). Домінуючими мотивами участі у виборах до Верховної Ради України, як свідчить аналіз, було бажання висловити своє ставлення до влади, прагнення підтримати певну політичну партію, протистояти іншим політичним силам чи кандидатам тощо. Молоді люди бажають обирати компетентних демократичних лідерів, прихильників ринкових реформ, незалежності України.

Отже, молодіжний рух справляє певний позитивний вплив на соціалізацію молоді, утвердження в її колах політичної культури, яка б відповідала вимогам демократичного суспільства, національним прагненням.

Підтвердження цих позитивних з точки зору становлення громадянського суспільства ознак надає і розвиток жіночого руху. Він пов'язується передовсім з активною діяльністю жінок, спрямованою на

відновлення народних звичаїв, утвердження державної мови, моралі, освіти тощо. Друга, феміністична тенденція жіночого руху пов'язана з визначенням сфери жіночих інтересів та їх захистом. Однак жіночий рух ще гальмується багатьма об'єктивними і суб'єктивними причинами які мають бути усунені у процесі реформування соціально-політичного й економічного життя.

Поява досить впливових молодіжних, жіночих організацій, масових суспільно-політичних рухів, а також невеликих об'єднань громадян — бажаний процес. Адже це сприяє інституціоналізації громадських формувань, їх організаційному зростанню. А все це дає можливість попередити стихійні прояви протесту, які виникають через незадоволення відповідних інтересів, та спрямувати їх вимоги і діяльність у конструктивне річуще.

Подальший розвиток громадянського суспільства в Україні залежить від розв'язання низки непростих проблем, подолання викликів, з якими стикається суспільство. В їх числі — удосконалення відносин між державою і суспільством, владою і громадянами. За роки незалежності Україні не вдалося створити ситуацію, за якої більшість її громадян відчували б себе активними суб'єктами політики. Громадянське суспільство в Україні має заявити про себе як центр ваги, з яким би мусли рахуватися владні структури, стати відповідною противагою владі.

Безумовно, більшість західних теоретиків орієнтується на дві концептуальні схеми. Частина — на схему «загального елітизму» в дусі шумпетерівського варіанта, при якому єдиним критерієм демократії визнається заміщення урядових посад на основі вільних і справедливих виборів. Частина — на плюралістичну модель «поліархії» за Р. Далем, у межах якої основними показниками, вимірами політичного режиму є «змагальність» і «участь», головними індикаторами демократії, соціально-правової держави — набір громадянських, політичних та соціальних прав і свобод [56].

Відомі підходи науковців, у яких увага акцентується на різних рівнях консолідації нових демократій, на ширшому спектрі показників нових демократичних, соціально-правових держав, особливо на рівні операціоналізації понять, які використовуються, і виміру конкретних показників розвитку суспільств.

Інакше кажучи, певні явища, зовнішньо імітуючи «громадянське суспільство», не є сутністю демократії і соціально-правової держави. Одна з причин цього у тому, що в пострадянській Україні кількість громадян, які економічно автономні стосовно влади, зростає надто повільно.

Тому можна висунути положення, що так звана широка громадянська участь у розвитку демократії і соціально-правової держави існує лише на рівні еліт, які хоча й заявляють, що їх підтримує народ, але довести це не завжди можуть. А інколи й не прагнуть цього. Все більше дослідників доходить висновку, що в Україні замість реальної демократії і громадянського суспільства існує поки що «загальна кланова олігархія» і нерозвинене громадянське суспільство.

Хоча критерії рівня «розвиненості» висуваються різні. За кількісними показниками (кількість партій, громадських організацій, асоціацій і т.п.) наша країна буцімто має розвинене громадянське суспільство, а за якісними — рівень впливу партій і громадських організацій на суспільні процеси, їх структурно-функціональні показники, політична і моральна якість їх лідерів тощо — наша країна серйозно поступається центрально-європейським постсоціалістичним країнам.

У політичному житті досі переважають конфронтація та постійна диференціація. Пересічний громадянин дуже часто не розуміє, в чому полягає різниця між лібералами та консерваторами, соціал-демократами та народними демократами. Професійні ж політики різницю зводять до персоналій.

Про розвиток такої тенденції свідчить поширена в нашій країні практика формування політичних партій для відстоювання корпоративних, а не істотних інтересів соціальних груп. Але давно відомо, що боротьба між політичними лідерами творчо безплідна, призводить до ствердження вузькоєгоїстичних інтересів. Національна ідея не стає в нашому суспільстві об'єднуючою силою не з причини її несформованості, відсутності або слабкості, а з причини її декларативності, бо насправді переважає бажання не здійснити ідею, а ствердити себе. *Отже, головним завданням в сенсі дійсного об'єднання держави є встановлення довіри у відносинах на всіх рівнях існування соціуму.*

Основою подальшого зміцнення соборності Української держави є вироблення засад формування єдиної політичної української нації, побудованої на принципах та традиціях державотворення попередніх поколінь українства, яка б враховувала сучасні реалії і потреби суспільства та була здатна дати адекватну відповідь на виклики історії і вимоги сучасної цивілізації, сприяла усуненню внутрішніх «кордонів» між її різними регіонами.

Існування в сучасній Україні базових елементів громадянського суспільства — недержавних мас-медіа, незалежних від держави суспільних об'єднань та різних форм власності дозволяють зробити обережний висновок про те, що процес формування певної моделі громадянського суспільства в Україні все ж таки відбувається й зростає його поступ.

Проте залишаються проблеми, від розв'язання яких залежать стабільність суспільства, самопочуття громадян і, зрештою, результативність та ефективність перетворень на шляху досягнення задекларованих цілей по розбудові демократичної держави.

Перше стосується політичної еліти. Ефективність діяльності владних органів вирішальною мірою залежить від рівня компетентності тих, хто управляє. У владні структури після їх реформування повинні прийти відібрані за конкурсом професіонали, які бажають і здатні самоудосконалюватись. Слід провести атестацію всього корпусу державних службовців на відповідність посадам, які вони обіймають.

Управлінці покликані володіти політичною культурою, тобто професійно знати закони суспільно-політичного державного устрою, високопрофесійно вміти застосовувати ці знання в своїй сфері, професійно налагоджувати відносини з колегами по управлінню. При цьому нести правову та моральну відповідальність за стан справ у галузі, якою вони керують.

Одна з проблем тут — викорінення тотальних проявів корупційності в державному апараті. Для боротьби з корупцією недостатньо, хоча і важливо, щоб вищі посадові особи держави були порядними людьми. Небезпека криється в їхньому оточенні. Тут непоодинокі випадки прояву хабарництва.

Але з беззаконням належить боротися за допомогою закону і тільки закону. Слід здійснити на загальнодержавному рівні перевірку відповідності декларованого посадовими особами доходу їх реальним прибуткам та витратам. У деяких європейських країнах, зокрема в Польщі та Франції, діє спеціальний судовий орган — Державний трибунал, повноваженнями якого є притягнення до відповідальності вищих посадових осіб за порушення конституції чи законів у зв'язку з посадою, яку вони обіймають, або у сфері виконання службових обов'язків. Концептуальною основою нормативно-правових актів по боротьбі з корупцією має бути не документування наслідків цього негативного явища, а створення умов, які б виключали можливість корупційних проявів.

Якщо ж тенденцію не подолати (корупція нині проникла не тільки в політичну, а й практично в усі сфери суспільного життя), наслідком може стати становлення такого суспільного устрою, в якому навіть при чітко визначених повноваженнях різних гілок влади чесність, порядність, обов'язковість, професіоналізм перестануть сприйматися як моральні орієнтири соціальної поведінки, а Україна буде виведена з числа цивілізованих країн.

З цим процесом пов'язується й друге питання — це становлення правової держави і громадянського суспільства. Саме в цьому контексті стра-

тегічним напрямом реформування політичної системи має стати формування громадянського суспільства, яке є основою правової держави, його становлення відбувається з утвердженням останньої. Наголосимо, що правова держава — це тип держави, головними ознаками якої є верховенство права і закону, розмежування функцій різних гілок влади, правовий захист особи, юридична рівність громадянина і держави.

Мета правової держави — служіння відповідному закону і забезпеченому ним соціальному та політичному порядку. Критерій для віднесення держави до правових — стабільність суспільства, оперативність державного управління, задоволення громадян діяльністю владних органів. Головне завдання правової держави полягає в юридичному забезпеченні інтересів, життєвого простору кожної людини. Йдеться про таке суспільство, якому держава підкоряється і якому служить, виконуючи його волю — про громадянське суспільство.

Аналіз сучасного стану справ свідчить, що для подальшого розвитку інститутів громадянського суспільства потрібно існуючі конституційні засади розвинути й сформувати належне законодавче поле, сформувати умови зняття високої конфліктногенності у суспільстві, подолання існуючих викликів.

Таким чином, *для забезпечення формування в Україні громадянського суспільства, на нашу думку, потрібно здійснити:*

- розробку ґрунтового закону про громадські об'єднання;
- законодавче забезпечення ефективного функціонування органів місцевого самоврядування, створення необхідної фінансової та матеріально-технічної бази для їх діяльності;
- здійснення заходів за допомогою всіх закладів освіти, мас-медіа, громадських організацій щодо підвищення правової культури суспільства, сприяння засвоєнню кожним громадянином положень Конституції України, інших законодавчих актів;
- законодавче поліпшення залучення представників опозиції до участі в діяльності владних інститутів, а громадських організацій та об'єднань, засобів масової інформації до розробки, контролю за прийняттям і відповідальності за реалізацію суспільноважливих державних законів.

Цьому сприяли б закони про опозицію, про державну підтримку діяльності засобів інформації; створення громадського телебачення в країні, запровадження постійних зустрічей (Національна асамблея, Громадянський форум, «круглий стіл», громадські читання, звіти) вищих посадових осіб держави, лідерів політичних партій, опозиційних рухів для обговорення і вирішення конфліктних питань суспільного розвитку,

визначення стратегії розвитку країни в політичній, економічній і міжнародній сфері.

Політична і соціальна модернізація сучасної Української держави покликана розвивати позитивні процеси в суспільстві і нейтралізувати негативні, конфліктогенні. Влада має оволодіти цивілізованими правилами взаємовідносин з опозицією. Як не можна назвати конструктивними дії опозиції, які постійно спостерігаються нами, так не є цивілізованими відповідні їм методи, які були застосовані владою до неї.

Безумовно, держава залишається найважливішим елементом здійснення трансформації і модернізації суспільства. І навіть розвинене громадянське суспільство не відбирає регулятивної ролі держави у суспільному розвитку. Тому методологічно неправильно, помилково прагнути витіснення держави з процесу розбудови нового типу суспільства.

Потрібна і сильна держава, і розвинене громадянське суспільство, що зумовлено такими причинами:

1. В слабких державах істотно зменшені можливості політичного, економічного і соціального захисту особи і колективу від інших акторів, які не тільки прагнуть скористатися ситуацією у своїх інтересах, а й зазіхають на державну, колективну й особисту власність громадян, їхні економічні та соціальні права.

Іншими словами, необхідно ліквідувати монополію держави на регулювання справ суспільства (і на насильство навіть у «благих» цілях), але не варто послаблювати державу як ефективний соціальний механізм захисту від зовнішніх і внутрішніх небезпек, від свавілля організацій і громадян. Держава як арбітр і гарант цивілізованих економічних, політичних, правових і соціальних відносин повинна зберігати свій результативний потенціал, зокрема і в сфері реалізації прав і свобод.

2. В умовах України і державі, і громадянському суспільству необхідно утверджувати верховенство права. На жаль, цей принцип лише проголошується. Клановість, олігархічність, волютаризм — усе це є перепорою для утвердження верховенства права і демократії, для життя країни за нормами закону і моралі, коли формальні та неформальні політичні, економічні і соціальні інститути перебувають як у взаємній опозиції, так і доповнюють один одного.

3. Перехід до демократичної, соціально-правової держави (про повномасштабну реалізацію цієї мети, яка визначена в Конституції України, говорити занадто рано) змушує науковців уточнювати типологію політичних режимів під кутом зору функціонального критерію: ефективні або неефективні.

Дійсно, поняття «політичний режим» варто розглядати з боку складових політичного режиму (сукупність інститутів і акторів з їх політичними ресурсами), коли демократичний політичний режим легітимізував конкуренцію державних і недержавних інститутів у межах Конституції України і засобів та акторів політичного життя.

Чим більш демократичний політичний режим, тим він більш конкурентоспроможний. Тоталітарні і диктаторські режими неконкурентні ні в зовнішньому, ні в внутрішньому розвитку. Це показало ХХ століття, коли наймогутніші недемократичні режими розвалювалися.

Найпоширенішим є визначення, згідно з яким громадянське суспільство — це та частина громадян, яка входить в добровільно створені організації і структури, що відображають і захищають інтереси цих громадян. Але одразу виникає декілька запитань.

По-перше, які організації включати в громадянське суспільство і на основі якого критерію?

По-друге, чи обмежуються інститути громадянського суспільства захистом інтересів лише своїх членів?

По-третє, як впливає специфіка окремих країн, їх політичного й економічного ладу на структуру, зміст і функції громадянського суспільства? Можна продовжувати ланцюжок цих запитань, але спробуємо відповісти хоча б на окреслені.

Щодо проблеми включення суспільних інститутів до громадянського суспільства існує декілька позицій. Широко відома позиція німецького політолога *Мергеля*, який вважає, що громадянське суспільство — це лише «третій сектор» суспільства, який існує поряд з «першим» — владними структурами і «другим» — бізнесом. Цей «третій сектор» включає в себе лише неполітичні та неекономічні суспільні організації.

Більшість вітчизняних дослідників не погоджуються з цією точкою зору й ширше трактують поняття «громадянське суспільство». Вони включають в громадянське суспільство «третій сектор», де кожний додає до нього щось своє: політичні партії, засоби масової інформації, громадські організації промисловців і підприємців або щось інше.

І така різниця в позиціях не випадкова. Наприклад, існує суттєва відмінність між політичними партіями в Німеччині й Україні.

В Німеччині є кілька потужних політичних партій, які, перемігши на національному або земельному рівні, формують уряди і здійснюють так звану велику політику. Навіть опозиційні партії є важливою ланкою державного життя.

В Україні майже всі політичні партії ще не подолали рівня вузьких корпоративних або патронажних («патрон» — олігарх або урядовець) клубів.

Є суттєва різниця і в функціонуванні ЗМІ. В Україні вони маловпливові і ще не стали «четвертою» владою. Скільки б вони не публікували матеріалів про корупцію, аморальні дії чиновників і бізнесменів, про бездіяльність органів влади, в країні мало що змінюється, крім того, що ЗМІ ще часто беруться під більш жорсткий контроль влади або засновників. Винятків майже не буває.

В Україні поширені декілька підходів до кваліфікації поняття громадянського суспільства:

- а). недержавний сектор економіки, політичного і духовного життя;
- б). сукупність громадських об'єднань і організацій;
- в). опозиційні, напівопозиційні і нейтральні до влади соціальні сили тощо.

В усіх визначеннях є сильні і слабкі сторони, особливо коли доходять до проблеми: включати або ні в громадянське суспільство політичні партії, які сьогодні — опозиція, а завтра — влада.

Незалежність від держави, «недержавність» (політична, фінансова) — головна ознака громадянського суспільства. Тому політичні партії, які не зрошені з державою, можуть вважатися частиною громадянського суспільства навіть у випадку, коли керівники політичних партій стають президентами, парламентарями, формують уряди.

Партія як масова громадська організація складається як із лідерів, так і рядових членів партії. Нормальна демократична партія є механізмом реалізації інтересів частини народу в сфері політики та економіки.

Окремо стоїть проблема включення в громадянське суспільство організацій підприємців, бізнесменів. Дійсно, частина бізнесменів включена у владні структури, існують політико-економічні холдинги. Але переважна більшість промисловців і підприємців, навіть ті, що дають хабарі чиновникам, до влади не належить і страждає від криміналізації суспільства. Громадські організації промисловців і підприємців можуть зіграти важливу позитивну роль у розвитку громадянського суспільства.

Отже, можемо констатувати, що «третій сектор» є головною ланкою громадянського суспільства і в Україні. Але в умовах перехідного періоду існують підстави відносити до елементів громадянського суспільства політичні партії, недержавні ЗМК і громадські організації бізнесменів, які не включені у владу.

Критерій «недержавності» може бути досить ефективним для визначення структури і функцій громадянського суспільства в Україні.

Словосполучення «незалежність від держави» не повинно сприйматися як протистояння державі. Інститути і організації громадянського суспільства можуть здійснювати різні стратегії щодо держави: зміна інститутів

держави, модернізація держави, оволодіння владними важелями, підтримка чи вплив на державу і її органи, нейтралітет стосовно держави тощо.

Найчастіше **інститути та організації громадянського суспільства класифікують за функціями:**

1). об'єднання за інтересами («збирачі», «аматори», «колекціонери» тощо);

2). реалізації економічних і соціальних функцій (профспілки, асоціації бізнесменів та споживачів, самоврядні професійні організації та союзи тощо);

3). стеження за дотриманням політичних і громадських прав і свобод. Існують також і об'єднання, які можуть претендувати на виконання двох-трьох або більше функцій.

Розв'язання проблем модернізації суспільства і держави, зокрема в соціально-правовій і гуманітарній сферах, галузі економіки і політики, неможливе без розробки і реалізації концепції взаємовідносин держави і громадянина, держави та інститутів громадянського суспільства.

Мало оголосити, що «Україна є суверенна і незалежна, демократична соціальна, правова держава» (ст. 1 Конституції України). Необхідно на практиці показати, наскільки Українська держава демократична, наскільки соціальна і наскільки правова, коли переважна більшість населення відкидає як передчасні такі характеристики нашої держави, коли суспільство політично і духовно розколоте [158, с.19-21].

Громадянське суспільство — це сукупність суб'єктів суспільного життя та їх відносин (індивідів, їх спільнот, організацій, громадських інституцій), які реалізують свої часткові інтереси і взаємозв'язані у процесі економічного, політичного, соціального життя для реалізації різних цілей, інколи протилежних.

Тому громадянське суспільство не варто переоцінювати як механізм і спосіб розбудови демократичної, соціально-правової держави. Занадто багато в громадянському суспільстві суперечностей, цілей, суб'єктивних інтересів.

Держава, навпаки, покликана до життя спільним інтересом народу, нації (або їх більшої частини) вижити, захистити країну від зовнішньої загрози, не дозволити внутрішнім соціальним конфліктам розвалити суспільство, а навпаки, об'єднати індивідів і соціальні групи для реалізації спільного інтересу на базі досягнення компромісу між різними суб'єктами громадянського суспільства, для соціального захисту дітей, людей похилого віку, інших груп, які потребують опіки.

Чим більше розвинена держава як соціально-правова, тим тісніше вона співпрацює з громадянським суспільством, тим ефективніше здій-

снює соціальний захист населення, забезпечує права і свободи людини. Держава в цьому випадку відіграє роль стримуючого фактора в розвитку суперечностей, які здатні розвалити чи заподіяти шкоди громадянському суспільству.

Як взаємозв'язані складові єдиної суспільної системи громадянське суспільство і держава обумовлюють і впливають на розвиток одне одного.

Стан громадянського суспільства, його потреби, інтереси, цілі визначають основні риси і соціальне призначення держави. Якісні зміни в структурі громадянського суспільства, змісті основних сфер його діяльності неминуче ведуть до змін характеру і форми держави (особливо в сегменті політичної влади). Водночас держава як відносно самостійний елемент суспільства стосовно громадянського суспільства також може істотно впливати на його стан.

Цей вплив може бути як позитивним, націленим на збереження стабільності у суспільстві і прогресивний розвиток громадянського суспільства, так і негативним, скерованим на знищення умов повноцінного функціонування громадянського суспільства (ліквідація багатопартійності, тоталітарна цензура, одержавлення профспілок тощо).

У свою чергу зазначимо, що *процес формування громадянського суспільства в Україні має певні об'єктивні труднощі, які обумовлені:*

- 1) відсутністю середнього класу;
- 2) відсутністю відповідної політичної культури та традицій;
- 3) патерналістською свідомістю більшості українців;
- 4) великою дистанцією між владою та елітою, з одного боку, і суспільством — з іншого боку.

Отже, за слабкість громадянського суспільства в Україні несуть відповідальність не лише суспільство, а й влада та еліти, які не хочуть (не прагнуть) сприяти процесу формування громадянського суспільства та нової правової і громадянської культури.

Недостатньо динамічний розвиток держави і громадянського суспільства взаємно посилюють стагнацію політичного і духовного життя в країні, вповільнюють реалізацію прав і свобод людини.

Ця проблема має й інший аспект — стосовно того, що може запропонувати демократія окремо взятій людині. Якщо вона дала право обирати та бути обраним, брати або не брати участь у виборах, то з цим правом громадяни не бажають розставатися.

Демократичний розвиток у 2005 р. учасники опитувань, за даними Всеукраїнської соціологічної служби, оцінювали для себе так: «скоріше важливо» — 36,1 %, а «дуже важливо» — 29,3, «зовсім не важливо» — 2,9, «скоріше не важливо» — 4,0, «важко сказати, важливо чи ні» — 27,3%.

Таким чином, пересічний громадянин України не хоче звуження демократії. Хоча й існує в українському суспільстві суперечність між «солідарністю і свободою», коли цінності індивідуальної свободи стоять значно вище, ніж цінності солідарних дій навіть у відстоюванні колективних або загальних інтересів.

Це свідчить не стільки про те, що українці — індивідуалісти (європейці — не менші індивідуалісти), скільки про те, що Україна стає «сучасним неполітизованим суспільством», де існують плюралістичні форми мислення, реалізації інтересів людей і участі в політичному та громадському житті.

Але існування цих плюралістичних форм мислення і дій ще не стало явищем повсякденним, звичним, масовим. Це лише перші паростки зрілого громадянського суспільства. На жаль, до цього часу тоталітаризм мислення, «нашизм» («наші та інші», коли «інші» підлягають моральному або фізичному знищенню) домінує в українському суспільстві як традиційність, стереотипність, які притаманні українському менталітету і сформовані протягом століть. Це тоталітаризм усередині нас, більшовизм минулої історичної доби або монологічність способу мислення і дій.

Для зрілого громадянського суспільства характерна діалогічність мислення та діяльності і поведінки («я не поділяю його ідей, але він має право на свою думку»), яку треба формувати і виховувати засобами освіти, за допомогою ЗМІ, літератури, мистецтва тощо.

Сформувати таке громадянське суспільство саморухом, без цілеспрямованої державної підтримки майже неможливо. Сучасна соціально-правова, демократична держава спонукає суспільство до пошуку нових форм мислення, суспільної організації і системи діяльності, якої раніше не існувало. Якщо вона не робить цього, це не сучасна і не соціально-правова, демократична держава.

Розділ 5

Суспільні відносини і громадська діяльність

5.1. Особистість і суспільство: відносини та інтереси

Ступінь політичної активності окремих особистостей, їхній вплив і форми участі в політичній діяльності суттєво відрізняються. Залежно від соціальних ролей, що їх відіграють у політиці особистості, виокремлюють таку їх типологію [13; 22; 37; 59; 125].

1. **Пересічний громадянин**, який має статус предмета політики, тобто не виявляє активності, не цікавиться політикою і не впливає на неї.

2. **Громадянин, який є членом суспільно-політичної організації, руху**, опосередковано залучений до сфери політичної практики саме завдяки членству в згаданих організаціях.

3. **Громадянин — член політичної організації (партії)**, який бере безпосередню участь у діяльності останньої. При цьому ступінь його участі в зазначеній діяльності залежить від його прагнень, інтересів і можливостей, зумовлених суспільною вагою цієї організації та соціальною роллю в ній громадянина.

4. **Громадський, особливо політичний, діяч.**

5. **Професійний політик**, для якого політична діяльність є джерелом існування й змістом життя.

6. **Політичний лідер** — інститутований, духовний, інтелектуальний, формальний або неформальний, який має певний авторитет у суспільстві та своїй спільноті.

Безумовно, перебування на найвищих щаблях цієї ієрархії не виключає для особистості можливості відігравати соціальні ролі, які є типовими для нижчих ступенів. Скажімо, політичний лідер водночас є громадянином держави, може бути членом громадської організації, професійним політиком і т. ін.

Розглянемо основні об'єктивні чинники, від яких залежить ступінь участі особистості в політиці.

1. Приналежність до певного соціального стану, суспільного статусу останнього, його місця у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання. (Заможні стани, зрозуміло, мають набагато більше можливостей впливати на політику.)

2. Місце особистості в управлінні виробництвом, розподілом, обміном, споживанням, духовним життям суспільства. (Представники суспільно-професійних груп, які обслуговують ідеологічну та адміністративно-політичну надбудову суспільства, також мають суттєві переваги: утримують у своїх руках засоби влади, інформації, мають набагато більший доступ до культурних надбань.)

3. Соціальний статус суспільної групи, до якої належить особистість, і співвідношення політичних сил у суспільстві, домінуючі форми організації групових суб'єктів, їх програми, соціальна база, сфера й стиль діяльності.

4. Соціально-політична ситуація на певних етапах розвитку суспільства, суспільної групи, індивіда. (У кризових ситуаціях, у разі масштабних змін у структурі політичних сил, формах організації та політичного представництва великих суспільних груп і суспільства загалом процеси зміни політичної суб'єктності індивіда прискорюються.)

5. Вплив держави на особистість виявляється через встановлення конституційно-правової регламентації становища й діяльності громадянина, соціалізації особистості через участь у функціонуванні суспільно-політичних інститутів держави, формуванні політичної свідомості (у вигляді державної приналежності та державної свідомості).

Кожна особистість об'єктивно зацікавлена у способі організації та функціонування держави, оскільки остання завжди може захистити її, гарантувати, розширити чи обмежити її права. Отже, особистість багато в чому залежить від держави, яка визначає умови й способи реалізації інтересів особистості: як члена стану, суспільної групи, сім'ї та ін.

Держава, по суті, виступає основним носієм процесу соціалізації особистості через ідеологічне виховання, політичну індоктринацію, добір політичних кадрів. Вона сприяє формуванню державної свідомості особистості. (Остання характеризується знанням своїх основних обов'язків громадянина, прав і потенційних можливостей участі в політичному житті суспільства за допомогою представницьких органів, інститутів вивчення громадської думки і т. ін.)

Рівень державної свідомості залежить від багатьох чинників: ступеня демократизму суспільства, його політичної культури й ментальності, статусу суспільної групи, до якої належить особистість, і т. ін.

Підсумовуючи, зазначимо, що особистість, якщо вона бажає жити у правовій демократичній державі, мусить займати активну життєву позицію й намагатися бути не лише об'єктом, а й суб'єктом політики.

Політична сфера суспільства функціонує як цілісне утворення завдяки політичним відносинам, що з'єднують вертикальними та горизон-

тальними зв'язками політичної структури суспільства. Політичні відносини реалізуються через політичну діяльність, мотиваційним підґрунтям та рушієм якої є політична свідомість.

На думку автора, **політичні відносини** можна визначити як взаємозв'язки та взаємодію суб'єктів політики в контексті завоювання, розподілу, використання та утримання контролю за політичною владою [13].

Таке розуміння політичних відносин зумовлює відповідну **типологію політичних відносин** за такими параметрами:

1) *рівнями влади*:

- вертикальні (наприклад, сільська рада — районна рада — обласна рада — Верховна Рада);
- горизонтальні (президент — конституційний суд — парламент);

2) *«політичною вагою»* суб'єктів політики:

- симетричні (наприклад, Україна — Польща);
- асиметричні (Україна — Росія, громадянин — держава);

3) *характером і рівнем співпраці*:

- консенсусні;
- компромісні;
- конфліктні та ін.

Останній тип політичних відносин потребує розгляду ще однієї важливої для політичної науки категорії.

Зміст політичних відносин визначають суперечності між різними суспільними групами, їхніми потребами, інтересами, суспільними сподіваннями, побажаннями, мріями, напрямками соціальної активності і т. ін. Ці суперечності постійно виникають на всіх етапах суспільного розвитку, хоча і в різних формах та з різною мірою активності. Взагалі суспільні суперечності є рушійною силою розвитку суспільства та його політичної системи.

Отже, **суперечності** є взаємодією протилежних тенденцій і напрямів, що взаємовиключають один одного, у розвитку взаємопов'язаних предметів, подій, явищ, є джерелами руху, об'єктивного розвитку світу та людського пізнання [4; 98; 152].

Філософія поділяє суперечності на **внутрішні й зовнішні, антагоністичні й неантагоністичні, основні й неосновні**.

Така класифікація може бути використана і під час дослідження й аналізування суспільних суперечностей, які є однією з форм суперечностей загалом. Отже, цей методологічний підхід можна застосовувати і для аналізування політичних суперечностей, які, у свою чергу, є поняттям, що входить до поняття суспільних суперечностей.

Скажімо, якщо одна суспільна група експлуатує іншу, привласнює продукти праці, створювані останньою, зрозуміло — йдеться про антагоністичні відносини. Взаємини партій-партнерів з передвиборної або урядової коаліції є неантагоністичними.

Основні суперечності можуть бути пов'язані, скажімо, з поглядами на питання власності (приватна чи колективна), державного устрою (президентська чи парламентська республіка, диктатура чи монархія і т. ін.). До неосновних можна зарахувати суперечності в поглядах, наприклад, монархістів (конституційна чи абсолютна монархія) або прихильників президентської форми правління (міцна чи слабка модель президентства).

Будь-який суб'єкт політики (як і будь-яке суспільство) має повний набір суперечностей.

За марксистською доктриною, антагоністичних суперечностей можна позбутися, лише ліквідувавши привілейований стан у процесі революції. Але тоді з'являється новий привілейований стан — і все починається спочатку. Отже, шлях революцій, постійного насильства не найкращий. Набагато привабливішою є ідея еволюційного вичерпання антагоністичних та інших суперечностей, постійної модернізації суспільних відносин правовим, демократичним шляхом.

Розглянемо наступні базові категорії — суспільний (політичний) конфлікт, компроміс і консенсус.

Суспільний (політичний) конфлікт — форма вияву суперечностей сторін, що пов'язана з відмінностями поведінки учасників суспільних процесів. Такий конфлікт може виникати в різних сферах і набирати різних форм. Це може бути конфлікт між суспільними станами (наприклад, робітничим і буржуазним), які протистоять один одному, між інститутами, створеними останніми для реалізації власних потреб та інтересів, і т. ін.[15; 27; 74; 1074 119].

Багато фахівців тлумачать політичний конфлікт як протистояння різних політичних сил з тих чи інших питань.

Якщо пристати на такі позиції, політичний конфлікт постає як певний екстремальний стан політичного впливу різних інститутів, які представляють інтереси різноманітних великих суспільних груп. У таких випадках учасники конфлікту використовують майже всі свої резерви політичної активності, залучають до нього свою суспільну базу. Такий перебіг подій заважає функціонуванню суспільного цілого.

Правлячі групи не зацікавлені в різкому протистоянні суспільно-політичних сил, намагаються пом'якшити конфліктні ситуації через узгодження позицій і обмеження взаємних політичних вимог.

Отже, концепція створення механізмів розв'язання конфліктних ситуацій, яка може прогнозувати відкрите протистояння антагоністичних сил, суперечить марксистській концепції боротьби станів. Але, на нашу думку, не варто відкидати жодну із згаданих доктрин, навпаки, треба творчо використовувати набутий ними досвід розв'язання суспільних конфліктів відповідно до конкретної політичної ситуації.

Аналіз суспільного конфлікту дає змогу виокремити в ньому такі соціальні функції:

- розрядки напруженості;
- комунікативно-інформаційну, яка дає змогу краще розуміти один одного, а відтак зблизитися, маючи загальну платформу;
- стимуляції соціальних змін;
- переоцінки цінностей і норм;
- підсилення лояльності спільнот, консолідації суспільства;
- гарантії розвитку суспільства завдяки зіткненню протилежних інтересів, їх аналізу та виробленню шляхів вичерпання умов конфліктів.

Суспільний компроміс — порозуміння суб'єктів політики на основі взаємних поступок, яке є характеристикою рівня розвитку суспільства, його політичної цивілізованості. Він може бути досягнений лише тоді, коли всі політичні сили, які беруть участь у конфлікті, «грають за однаковими правилами» і досягають угод щодо спірних питань через взаємні поступки. У противному разі конфлікт не можна розв'язати мирним шляхом, як наслідок — конфронтація, ворожнеча, революційне правоправлячих кіл і т. ін.

Досягнення **суспільного консенсусу** (збігу в поглядах і діях суб'єктів політики) з тих чи інших питань є надзвичайно важливою проблемою для будь-якого суспільства. Треба знайти такі механізми його досягнення, які б запобігали гострій конфліктній стадії політичного процесу. Для цього необхідно постійно працювати у двох напрямках:

- удосконалювати механізми виявлення та кристалізації суспільних настроїв, соціальних настанов і потреб;
- створювати механізми запобігання перетворенню неантагоністичних суперечностей (конфліктів) в антагоністичні і відповідні суперечності (конфлікти).

Перший напрям передбачає насамперед постійне вивчення громадської думки (моніторинг). Для цього потрібно регулярно проводити ви-

бори, референдуми, опитування громадської думки з найважливіших питань суспільного життя, аналізувати соціальну інформацію, що надходить через державні канали інформації, засоби масової інформації, а також звернення громадян до органів представницької, виконавчої та судової гілок влади. Найважливішу інформацію можна дістати з допомогою соціологічних і соціопсихологічних досліджень.

За чітко налагоджених технологій збирання й аналізування соціальної інформації, її вірогідності створюються об'єктивні умови для врахування реалій під час розв'язання суспільних суперечностей.

Сприяють цьому й відповідні суспільні інститути, які акумулюють соціальну інформацію, аналізують її та передають по щаблях ієрархії влади. Такими інститутами є представницькі та виконавчі органи, партійно-політичні, громадські, професійні структури та ін. При цьому не варто забувати, що окремі концепції розв'язання політичних суперечностей і конфліктів віддзеркалюють різні інтереси широкого спектра суспільних груп.

Отже, вибір суспільством конкретних способів розв'язання суперечностей і конфліктів залежить від рівня політичної культури, орієнтацій різних політичних сил і характеру політико-ідеологічної боротьби.

Суб'єкти політики (індивіди, соціальні групи, партії, народи, етноси, держави та ін.) у процесі політичних відносин об'єднуються в певні організаційні структури. Це дає їм змогу каналізувати певні суспільні інтереси через політичні відносини, а отже, утримувати певний баланс у функціонуванні політичної сфери суспільства, зокрема її невід'ємної складової — політичної системи.

Звідси й важливість **соціальних функцій політичних відносин**.

1. *Об'єднувальна* — полягає в поєднанні політичних структур (державних, місцевого самоврядування та суспільно-політичних) і політичної культури (політичної свідомості та стандартів політичної діяльності) в єдину політичну систему.

2. *Координаційна* — координує діяльність різних органів і організацій, що сприяє нормальному функціонуванню політичної сфери суспільства.

3. *Соціально-політичного творення* — сприяє оновленню організаційних структур і наповненню новим змістом суб'єктів політичного життя суспільства.

4. *Діяльнісна* — забезпечує функціональну активність політичної системи суспільства, її вдосконалення та збагачення форм і змісту політичної діяльності.

5.2. Політична діяльність

Оскільки існує політичне життя суспільства, політика як така і є люди, які нею займаються, якнайшвидше потрібно розглянути питання, пов'язані з власне політичною діяльністю в різних суспільних умовах [13; 59].

Політична діяльність суб'єктів політики як досить складний вид суспільної діяльності потребує широких спеціальних знань у галузі політології, права, економіки, соціології та психології, наукового розуміння політичних процесів, прогнозування політичного розвитку суспільства в разі прийняття (неприйняття) тих чи інших політичних рішень.

На характер політичної діяльності впливають об'єктивні та суб'єктивні детермінанти, які змінюються під впливом політичних дій та процесів, що відбуваються у суспільстві.

До об'єктивних детермінант належать суспільні потреби, інтереси певних соціальних груп, інституцій, угруповань тощо. До суб'єктивних детермінант — політична свідомість, правова, політична, психологічна культура тощо. Зрозуміло, що об'єктивні та суб'єктивні детермінанти політичної діяльності перебувають у діалектичному взаємозв'язку, що визначає структуру, спрямованість і результативність політичної діяльності.

Французький політолог *Ж. Бодуен* [23] розглядав три основні концепції політичної діяльності: елітарну, плюралізму еліти і моделей майбутнього державного управління.

В елітарній концепції, аналізуючи політичну діяльність, вивчають проблему переважної участі в ній еліти суспільства.

Теорії захоплення влади верхівкою (*В. Парето*, *Г. Моска* та *Р. Міхельса*), занепаду демократії (*Р. Мілса*) та самовідновлення панівного класу (*П. Бірнбаума*), що складають елітарну модель, доволі песимістично розглядають реалізацію демократичних процедур ухвалення політичних рішень [11; 23].

Певною мірою зазначену ваду усуває концепція плюралізму еліти (*Р. Дал* [56; 203; 204], *Р. Арон* [7]), яка вживає поняття еліти у множині, заперечуючи однорідність панівного прошарку.

У цьому контексті вельми логічним є розгляд політичної діяльності, зокрема у площині узгодження політичних і суспільних відносин, не лише по вертикалі, а й по горизонталі.

Однак існує і підхід, який передбачає, що в майбутньому навряд чи буде якась єдина модель державного або соціального менеджменту (*М. Крозьє* з його «індивідом і суспільством» [201; 202], *П. Греміон* з його

«периферичною владою», П.Мюллер і Б. Жобер з їхньою «державою в дії») [22; 23].)

Якщо ж відштовхуватися від цих концепцій політичної діяльності, то, користуючись методом системного аналізу, варто було б зазначити, **що політичну діяльність слід розглядати як таку, що спрямована на багатомірне, матричне, інтегральне узгодження політичних інтересів «різновагових» суб'єктів політичної діяльності — від індивіда до великих суспільних груп.**

Отже, доходимо висновку, що сутність політичної діяльності полягає не стільки у боротьбі за владу, скільки в регулюванні політичних відносин у суспільстві, досягненні злагоди та взаєморозуміння громадян, їхніх спільнот і влади як по вертикалі, так і по горизонталі.

Політична діяльність є специфічним видом людської діяльності, що має регулювати, збалансовувати, узгоджувати інтереси та відносини між суб'єктами політики, сприяти досягненню в суспільстві громадянського миру та взаєморозуміння. Її результативність залежить від кількох чинників:

- володіння інформацією про політичні відносини по горизонталі (між суспільними групами, націями, станами тощо), яка дає змогу своєчасно розробляти й впроваджувати запобіжні заходи щодо небажаного розвитку подій;
- володіння інформацією про політичні відносини по вертикалі (між центральними та місцевими органами влади й населенням), що уможливорює оцінку рівня довіри до влади, прийняття рішень щодо зняття соціальної напруженості в межах цієї площини відносин (це може бути проведення виборів, референдумів, інші політичні рішення);
- обраних цілей і засобів їх реалізації (мається на увазі основна мета діяльності: задоволення особистих чи корпоративних або суспільних інтересів, спрямованих на досягнення консенсусу й злагоди);
- прийняття політичних рішень, їх прогностичного потенціалу, передбачення можливих наслідків, позитивної або негативної реакції різних груп населення, політичних партій, суспільних організацій, рухів і т. ін.;
- розроблення політичної технології досягнення результатів політичної діяльності.

Політична діяльність у складі різних політичних суб'єктів (парламенту, уряду, органів місцевого самоврядування, партійно-політичних і суспільних структур) має бути спрямована:

- на реалізацію загальносуспільних завдань (досягнення стабільності суспільно-політичної системи, її розвитку і т. ін.);
- на виконання цілей і завдань їх політичних суб'єктів (написання законів — у парламенті, їх виконання — в уряді і т. ін.);
- на досягнення власних неекономічних цілей (просування по службі, професійне зростання, підвищення рівня індивідуальної політичної культури і т. ін.).

Гармонійне поєднання загальних, колективних та індивідуальних цілей якнайкраще сприяє успішній політичній діяльності, її суспільній користі та ефективності, створює умови для стабільності функціонування політичної сфери суспільства як макросоціальної системи, що самоврегулюється у процесі своєї життєдіяльності.

Розглядаючи проблеми функціонування політичної та правлячої еліти, ми вже мали змогу ознайомитися з елітарною, плюралістичною та іншими концепціями політичної діяльності. Але попри всі розбіжності між ними всі вони стверджують, що політична діяльність все-таки є заняттям людей, які повинні мати відповідний рівень знань і практичних навичок.

Зрозуміло, що на певних (нетривалих) етапах головну роль можуть відігравати маси й навіть юрба (за умов кризових явищ). Проте в стабільній ситуації на політичну діяльність еліти в її конкретних аспектах здебільшого впливають організовані групи тиску, соціально або професійно зацікавлені в розв'язанні тих чи інших проблем.

Наприклад, учителі можуть вимагати реформування освітніх програм або підвищення заробітної плати, лікарі — страхової медицини, аграрії — захисту національного виробника сільськогосподарської продукції і т. ін.

Водночас, зважаючи на такий політичний чи економічний тиск, еліта суспільства все-таки не повинна забувати про стратегічні цілі суспільного розвитку, оскільки, йдучи на повіді у певних політичних сил, можна гармонізувати політичні та інші відносини, а можна й зруйнувати суспільну систему взагалі. У такому разі, зрозуміло, багато хто з політичної та правлячої еліти може позбутися свого панівного становища в суспільстві, що позначиться не лише на її позиціях, а й на ситуації взагалі.

Інакше кажучи, ігнорування в політичній діяльності проблем, що стосуються великих суспільних груп людей, може стати каталізатором ланцюгової реакції соціальних вибухів і протестів.

Отже, політична діяльність може розцінюватись як поле зіткнення й узгодження інтересів різних прошарків і верств суспільства, а відтак і регулятором політичних відносин за допомогою правових, соціальних і психологічних чинників. Останні ж проявляються у вигляді продукую-

вання відповідних правових актів, використанні силових акцій, проведенні переговорних процесів і політико-пропагандистських рекламних кампаній.

Політологія трактує **політичну діяльність** як індивідуальні або спільні дії суб'єктів політики (окремих індивідів, станів, націй, партій, суспільних організацій і т. ін.), спрямовані на реалізацію їхніх політичних інтересів, передусім виборювання та утримування політичної влади.

Політична діяльність, яка віддзеркалює систему політико-владних відносин у суспільстві, по суті є похідною від реального політичного процесу. Вона здійснюється в межах відносин влади або поза ними, а отже, регулюється правовими (статутними), соціальними та психологічними нормами-регуляторами суспільного життя.

Зрозуміло, що зазначені норми-регулятори діють не окремо одна від одної. У цьому разі йдеться про переважання тих чи інших норм регулювання політичної поведінки, а не про відсутність інших чинників. Скажімо, відносини між президентом і парламентом регулюються не тільки конституційними, а й іншими правовими нормами. Може статися, що ці особи будуть членами однієї політичної партії. Відтак їхні відносини можуть регулюватися ще й положеннями статуту партії. Не можна забувати і про «неписані» закони — традиції, політико-психологічну культуру, загальну культуру, соціальні норми поведінки, які побутують у суспільній свідомості. До речі, психологічні відносини, «вплітаючись» у політико-правові та соціальні, часто відіграють важливу роль, суттєво впливаючи на прийняття кардинальних, принципових політичних рішень.

Політична діяльність є наслідком реалізації певної мотивації суб'єктів політики, їхніх політичних інтересів. Рушієм політичної діяльності є політична свідомість, яка формується й розвивається під впливом суспільних інститутів у поєднанні з політико-психологічними чинниками (ментальністю, політичною та правовою культурою і т. ін.).

Політичні інтереси, політико-психологічна культура, традиції, ціннісні орієнтації, нормативно-правові акти тощо є системоорганізуючими, спрямовуючими чинниками політичної активності суб'єктів політики (політичних партій, суспільних організацій, окремих політичних лідерів і пересічних громадян). Сукупність цих чинників визначає мету, зміст, поширеність і наслідки впливу політичної діяльності суб'єктів політики на життя суспільства загалом, життя суспільних груп та окремих індивідів.

Політична діяльність у будь-якому суспільстві спрямована на організаційні чинники суспільно-політичного життя і процеси політичного розвитку.

До організаційних чинників політичної сфери суспільства належать:

- утворення державних інститутів (парламенту, уряду, президентства, органів місцевого самоврядування та ін.) шляхом демократичного волевиявлення громадян;
- формування політичних партій, суспільних організацій, рухів;
- створення політико-правових норм регулювання процесів підготовки та прийняття законів, безпосереднього волевиявлення громадян на референдумах, під час опитувань громадської думки, на зборах і т. ін.;
- організація системи управління основними сферами державного і суспільного будівництва, визначення структури управління, повноважень різних державних інституцій, механізмів їх взаємодії і т. ін.

До процесів політичного розвитку, на які спрямована політична діяльність, належать:

- залучення громадян до державного й суспільного управління;
- зміцнення інститутів влади та суспільно-політичних структур;
- забезпечення дотримання законності та правопорядку, демократичних норм і процедур, що регулюють життя суспільства;
- формування політичної свідомості громадян;
- сприяння підвищенню довір'я до державних і політичних інститутів;
- гарантування інтересів меншин (національних, конфесійних та ін.), розвиток національних відносин на основі толерантності, взаємної поваги;
- вироблення і впровадження у політичну практику міжнародної та регіональної політики;
- зміцнення соціальних основ розвитку суспільства тощо.

Політичний процес у цьому разі розглядається як певна послідовність дій за участю хоча б одного суб'єкта політики. У цій послідовності дій виокремлюють суб'єктивний і об'єктивний аспекти. Суб'єктивний (мотиваційний) аспект розглядається як діяльність окремих індивідів і суспільних груп, об'єктивний — як результат згаданої діяльності суб'єктів політики.

Наслідками політичної діяльності є суспільні зміни, що відбуваються у сферах:

- відносин між великими суспільними групами (станами, етносами, організаціями);
- відносин влади між керівниками та підлеглими, які впливають на обсяги, силу, авторитет влади, способи її здійснення і т. ін.;

- відносин у межах влади (наприклад, встановлення коаліційної влади);
- політичних відносин індивідів і суспільних груп, які виявляються у ставленні до ідейно-політичних опонентів (терпимість — нетерпимість) тощо.

Політична діяльність зумовлює зміну суспільно-політичних структур, державних інституцій, а отже, зміну правових, соціальних і психологічних норм-регуляторів суспільного життя. Її наслідками можуть бути зміни відносин влади між суб'єктами політики, що впливають на силу, обсяг та ієрархічні відносини у владній піраміді. Термін «сила влади» у цьому разі означає необхідні зусилля для реалізації рішень, «обсяг влади» — обсяг правового простору суспільного життя (тобто рівень правового регулювання суспільної сфери), «ієрархічні відносини» — рівень централізації — децентралізації, концентрації — деконцентрації влади, її демократизації або олігархізації.

Виходячи з цього назвемо основні **типи політичної діяльності**:

- радикальні, спрямовані на докорінні зміни суспільної системи (революція, контрреволюція, заколот);
- реформаторські, спрямовані на суспільні зміни, що не підривають підвалин влади правлячої еліти;
- політичні перевороти, що змінюють правлячу еліту, не зачіпаючи соціально-економічного базису країни, її суспільно-політичних структур тощо.

Політичну діяльність неможливо здійснювати, не маючи відповідної політичної інформації про стан і розвиток соціальної структури суспільства, про структуру влади, організацію управління та їх ефективність, рівень політичної свідомості та політико-психологічної культури, відносини між суб'єктами політики і т. ін. Неповнота або недостовірність політичної інформації сприяє прийняттю помилкових або неефективних політичних рішень, що, звичайно, призводить до зростання кризових явищ у суспільстві.

На політичну діяльність суб'єктів політики впливають такі чинники: мотиваційна структура політичної діяльності, ідеологія, політичні доктрини, соціально-економічні умови й тиск з боку різних соціальних груп населення, суспільно-політичних структур, політико-психологічна культура і т. ін.

Мотиваційну структуру політичної діяльності становлять знання соціально-політичних, економічних, психологічних умов, у яких суб'єкт політики (партія, суспільна організація, особистість) реалізує свої цілі; система соціальних норм і цінностей, що домінують у сус-

пільній свідомості; особисті нахили та емоції, риси характеру політичних діячів.

Аналіз мотивації політичної діяльності допомагає адекватніше оцінювати дії та вчинки тих чи інших людей або політичних сил, які репрезентовані першими, дає певну інформацію для прогнозування можливої політичної поведінки суб'єктів політики в тактичному та стратегічному сенсі.

Ідеологія пояснює мету політичної діяльності та спрямовує її на реалізацію завдань певного етапу діяльності. **Політичні доктрини** деталізують зазначені вище цілі політичної діяльності, пропонують засоби їх досягнення. Політичні доктрини, пристосовані до конкретних ситуацій, реалізуються у формі **політичних програм**.

Зрозуміло, що політична діяльність за сприятливої економічної кон'юнктури і в умовах економічної кризи має певну специфіку. І цей чинник є надзвичайно важливим.

Не менш важливий тиск на центри влади чинять різні соціальні групи населення. Він стимулює політичну діяльність і може набувати форм масових демонстрацій, мітингів, акцій протесту, пікетування, страйків тощо. Досвід показує, що такі форми тиску в загальнонаціональних масштабах приводять до кардинальних змін у розстановці політичних сил (зміна урядів, дострокові вибори парламентів, президентів і т. ін.).

Різним рівням політичної діяльності відповідають різні види суспільної свідомості. **Виходячи з видів політичної свідомості (наукової та буденної) можна виокремити теоретичну й практичну політичну діяльність.**

До *теоретичної* політичної діяльності можна віднести ідеологічну, законотворчу, соціологічну, науково-організаційну та методичну, а до *практичної* — депутатську, урядову, роботу в органах місцевого самоврядування, політичних партій, суспільно-політичних рухів, участь у виборах, референдумах, опитуваннях, мітингах, маршах протесту, пікетуваннях і т. ін.

Політична діяльність у сучасному світі виявляється у двох основних формах демократії: представницькій (парламентській, депутатській) і безпосередній. Головним джерелом *представницької політичної діяльності* є волевиявлення громадян суспільства. Обираючи своїх представників до органів законодавчої, виконавчої, судової влади, громадяни делегують їм політичну владу, що належить їм за конституцією.

Безпосередньою політичною діяльністю є діяльність у складі партійно-політичних і суспільних структур. Вона регламентується двома видами норм: правовими (тобто законами, які є спільними для всіх грома-

дян) і статутними (що регулюють права й обов'язки членів суспільних організацій).

Узагалі політична діяльність може здійснюватися на громадських або професійних засадах. До останнього виду політичної діяльності зараховують професійну депутатську діяльність, роботу в апараті суспільно-політичних організацій, рухів, політичних партій.

Досвід політично розвинених суспільств свідчить, що діяльність вищих представницьких органів має бути організована саме на професійних засадах, оскільки питання управління державою надзвичайно важливі й потребують спеціальних знань і навичок у державному будівництві.

З погляду політичної психології існує п'ять основних політичних стилів поведінки: параноїдальний, демонстративний, компульсивний, депресивний і шизоїдний.

Параноїдальний політичний стиль характеризується постійною жадобою влади, керування іншими людьми, підозріливістю та непередбачуваністю. Такий політик цікавиться лише власною думкою, відкидаючи інші. Він намагається створити напруження серед підлеглих, що дає змогу маніпулювати ними у власних інтересах і цілях.

Типовими представниками з такою політичною поведінкою можна назвати Івана Грозного (Московія), Й. Сталіна (СРСР), А. Гітлера (Німеччина), Б. Муссоліні (Італія), Б. Єльцина (Росія), М. Тетчер (Великобританія), Дж. Буша (США), Л. Кучму (Україна) і деяких інших.

Демонстративний політичний стиль характеризується постійною потребою загальної уваги, публічного схвалення дій, непослідовністю і некритичністю у ставленні політика до своїх вчинків. Люди, які демонструють таку поведінку, не можуть зосередитися на конкретних деталях і фактах, довести розпочату справу до логічного кінця, після того як «заведуть» і поведуть натовп за собою.

Типові представники з такою поведінкою у політиці — О. Керенський, Л. Троцький (Росія), Р. Рейган (США), М. Горбачов (СРСР), Л. Кравчук, В. Ющенко (Україна), С. Берлусконі (Італія) та ін.

Компульсивний політичний стиль можна характеризувати як консервативний, дріб'язковий, догматичний. Політичні діячі такого типу не можуть бути гнучкими. Їм бракує легкості. Вони не здатні «поступитися принципами», піти на компроміс. Вони можуть бути відносно чесними, принциповими політиками, але ніколи — новаторами, лідерами-реформаторами.

Найтиповішими представниками з такою політичною поведінкою були колишні радянські лідери Л. Брежнєв, М. Суслов, Є. Лігачов, корейський вождь Кім Ір Сен, екс-президент Польщі Л. Валенса, екс-спікер українського парламенту О. Ткаченко та ін.

Депресивний політичний стиль характеризується песимістичним підходом до всіх питань, відсутністю лідерських якостей, плентанням у хвості подій. Такі діячі намагаються стати помічниками тих, хто здатний «робити політику». Вони приречені на другорядні ролі, їхня політична діяльність не має успіху. Типові представники — російський цар Микола II, колишній лідер КПРС К. Черненко.

Шизоїдний політичний стиль характеризується майже повною відмовою брати участь у конкретних подіях, відсутністю будь-якої ініціативи та відповідальності, небажанням працювати, рухатися вперед. Надовго утриматися на таких позиціях не вдається нікому з тих, хто бажає посісти своє місце в історії. Політика невтручання не може тривати довго, а люди, які її сповідують, або сходять з дистанції, або змінюють під впливом обставин свою політичну поведінку. Саме тому виокремити таких політичних діячів важко.

Зрозуміло, що зазначені стилі поведінки політичних діячів досить умовні, оскільки психологія людини надзвичайно важко вкладається в схему. Проте з урахуванням конкретних соціально-політичних і економічних умов, інтелектуальних даних політика, його реакції, рис характеру та інших чинників певною мірою можна спрогнозувати політичну поведінку людей, які домагаються влади й бажають утримати її в своїх руках.

5.3. Депутатська діяльність

Найважливішим видом політичної діяльності в демократичному суспільстві є депутатська, насамперед професійна депутатська, діяльність.

Залежно від конкретних соціально-політичних, економічних і психологічних умов (законодавство, соціально-економічний устрій країни, політична культура та ментальність), рівня представницького органу (парламент, органи місцевого самоврядування) депутатська діяльність може набувати різних форм. Відповідно депутати мають різні повноваження, права та обов'язки.

Наприклад, депутат національного парламенту передусім має займатися законотворчістю. Аналізуючи цей аспект депутатської діяльності, соціопсихологи Одеського педагогічного університету виокремили *структуру депутатської діяльності, в якій виділили такі блоки: гностичний, конструктивний, проектувальний, організаційний і комунікативний.*

Серед гностичних умінь одеські науковці насамперед виокремили чітку, коректну постановку завдань діяльності, формулювання нових ідей, аналіз причин, що перешкоджають депутатській діяльності, вивчення, аналіз, синтез і узагальнення ідей з наукової та іншої літератури.

До проєктувальних умінь вони віднесли вибір необхідних методів для вирішення поставлених завдань, формулювання результатів роботи та їх передвиборну оцінку.

Найважливішими організаційними змінами науковці вважають організацію проведення роботи депутатського загалу і членів експертних робочих груп, побудову інформаційного банку таким чином, щоб ним можна було користуватися після завершення роботи.

До комунікаційних умінь були віднесені вміння формулювати чіткі й зрозумілі запитання перед аудиторією, будувати короткі, логічно складені повідомлення про наслідки діяльності, ефективно й коректно висловлювати свою думку про діяльність інших тощо.

Певною мірою результати цього дослідження, автори якого виходили з постулату, що депутатська діяльність полягає в напрацюванні нових ефективних законів держави, дають уявлення про роботу парламентаріїв. Однак це — лише один аспект депутатської діяльності.

Потрібно згадати про роботу депутата з виборцями: прийом громадян, надання їм конкретної допомоги, лобіювання інтересів як виборчого округу, регіону загалом, так і конкретних людей зокрема.

Слід сказати і про звітування депутатів перед виборцями, зустрічі з ними, обмін соціальною інформацією. Таке спілкування дуже потрібне депутатам, оскільки під час перебування в законодавчому органі він має підтримувати зв'язок з тими, хто делегував йому свою політичну владу.

Це допомагає йому, по-перше, приймати відповідальні політичні рішення (у тому числі під час голосування з конкретних питань), по-друге, виборці, можливо, виявлять бажання продовжити термін його перебування в парламенті.

Водночас потрібно пам'ятати й про суто політичні аспекти депутатської діяльності, оскільки парламент є не тільки державним, а й політичним органом, а народні обранці здебільшого є представниками певних політичних партій, рухів, суспільних організацій, які сповідують часом протилежні ідеологічні й політичні погляди.

Виходячи з цього, розуміння депутатської діяльності розширюється. Скажімо, до зазначених вище гностичних умінь можна додати аналіз, селекцію та узагальнення ідей і пропозицій, які надходять з різних джерел інформації. (Такими джерелами можуть бути зустрічі депутата з виборцями, звернення виборців до депутата, пропозиції фахівців, колег по політичній партії, суспільній організації і т. ін.)

До проєктувальних умінь варто додати попередню політичну оцінку можливих парламентських або інших рішень (тобто прогноз можливої

ситуації). Організаційні вміння слід доповнити за рахунок організаторських даних щодо згуртування різних верств виборців свого виборчого округу, їх консолідації навколо певних ідей, проектів тощо, розширення впливу на них.

Комунікаційні вміння треба доповнити вмінням спілкуватися з виборцями не лише під час безпосереднього контакту, а й у засобах масової інформації (преса, телебачення, радіо). До речі, на цих аспектах депутатської діяльності варто зробити особливий наголос, оскільки імідж політика значною мірою залежить від його вміння працювати саме за допомогою мас-медіа.

Законотворчий аспект (хоч і не в таких обсягах) притаманний і діяльності депутатів місцевих рад народних депутатів. І це зрозуміло. Тут так само, як і в парламенті, важливо вміти скласти проект рішення або постанови. А для цього, зрозуміло, треба знати закони, бути обізнаним у політології, економіці, зрештою, знати елементарне діловодство та процедури прийняття рішень. Але на місцевому рівні депутатська діяльність потребує більшої уваги до конкретних проблем виборців, виконання їхніх наказів. Оскільки депутати місцевого та регіонального рівня ближчі до людей, життя вимагає від них і більш конкретних, але не менш важливих для виборців рішень. Звичайно, це реалізується в межах повноважень органів місцевого самоврядування та статусу народних депутатів цього рівня.

Комунікаційні вміння депутатів різних рівнів відрізняються мало, оскільки знаходити спільні погляди однаково необхідно депутатам як парламенту, так і місцевих органів самоврядування. Цього потребують і процедури прийняття рішень, і процедури узгодження політичних, економічних, регіональних інтересів, і процедури реалізації зазначених рішень і постанов.

Однак замало лише вивчити і врахувати найважливіші проблеми суспільного життя на різних рівнях державного та місцевого самоврядування, а також прийняти відповідні рішення. Не менш важливо контролювати їх виконання. І тут стануть у пригоді такі людські якості, як наполегливість, принциповість, уміння організувати перевірку виконання того чи іншого закону, побудувати дійову систему контролю, певних правових санкцій за невиконання законодавства.

Окрім того, важливо формувати суспільну свідомість, політичну та правову культуру виборців, з тим щоб вони виконували закони не тільки під загрозою переслідування з боку держави та її відповідних інституцій, а й свідомо, розуміючи необхідність дотримання прийнятих у суспільстві «правил гри».

Отже, депутатська діяльність — це важливий чинник суспільного життя, оскільки вона продукує суспільні (насамперед правові) норми поведінки громадян. Тут важливим є професійний підхід, бо участь у суспільному управлінні потребує відповідних знань, умінь і навичок, а також відповідних особистих якостей політичних діячів, яким виборці довірили від свого імені будувати суспільне та державне життя.

5.4. Громадські організації і влада: проблеми взаємодії

Вибір стратегії внутрішньої і зовнішньої політики України має доповнюватися гнучкою тактикою і сильною політичною волею щодо реалізації висунутої мети. Будь-яка стратегія, будь-який план не можуть здійснитися самі. Потрібні цілеспрямовані, рішучі дії владних структур (Президента, Верховної Ради, уряду), підтримувані суспільством і спрямовані на те, щоб переломити несприятливий хід політичних, економічних і соціальних процесів і не тільки вивести Україну з кризи, а й зробити політично стабільною, економічно потужною сучасною державою, яка впевнено торувала б шлях у майбуття XXI століття.

Взаємодія держави з громадянським суспільством на основі партнерства необхідна для розвитку України як правової, демократичної і соціальної держави. Органи влади визнають, що соціальний прогрес, демократичний розвиток, економічний підйом важко реалізовувати без активної участі з боку суспільства.

Досвід демократичних держав світу засвідчує, що саме суспільна участь дозволяє домогтися більшої ефективності в багатьох сферах суспільного життя — від реалізації соціальної політики до сфери державного управління.

Сьогодні в Україні назріла потреба у виробленні системи заходів і механізмів ефективного партнерства держави та громадянського суспільства, оскільки органи влади, що співробітничать з інститутами громадянського суспільства, підвищують результативність своєї діяльності і підсилюють її правомірність в очах громадян. Виходячи з того, що громадянське суспільство в Україні вже створено, існує законодавча база, якою регулюються різні аспекти функціонування громадянського суспільства, а процес євроінтеграції вимагає удосконалення формату співпраці між громадянським суспільством і органами влади, поступового його наближення до євростандартів, було вирішено розробити проект Концепції з визначеною назвою.

В останнє десятиліття стає все більш вагомим офіційне визнання ролі громадянського суспільства у встановленні стабільних моделей демократії. В якості підтвердження такого визнання багато європейських держав прийняли документи, в яких отримали розвиток ідеї щодо взаємної користі взаємовідносин між державою та громадянським суспільством.

Так, наприклад існує угода про взаємовідносини між урядом та некомерційним сектором Англії, прийнято Стратегію Датської підтримки громадянського суспільства, Концепцію розвитку громадянського суспільства Естонії, Стратегію уряду Угорщини щодо громадянського суспільства, угода між урядом Канади та некомерційним сектором тощо.

Україна, усвідомлюючи важливість та необхідність офіційного визнання ролі громадянського суспільства в розвитку правової, соціальної, демократичної держави, прагне оформити взаємовідносини держави з громадянським суспільством з урахуванням позитивного досвіду європейських країн.

Концепція має практичне та, водночас, символічне (знакове) значення. Концепція взаємодії держави з громадянським суспільством спрямована на посилення процесу демократизації органів влади, розвиток і зміцнення інститутів громадянського суспільства, посилення їхнього зв'язку та є виразом бажання органів влади і громадянського суспільства налагодити співробітництво з метою подальшого удосконалення і розвитку партнерських відносин.

Положення Концепції базуються на загальновизнаних правах і свободах людини та громадянина, що містяться, зокрема в Загальній декларації прав людини, Міжнародному пакті про громадянські та політичні права, Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, Конституції України.

Значним поштовхом для становлення громадянського суспільства в Україні стали процеси демократизації, прагнення подолати тоталітарну спадщину минулої історичної доби і створення демократичного суспільства, потреби у всебічному забезпеченні прав і свобод людини, визнання необхідності створення правової держави та прийняття у зв'язку з цим Декларації про державний суверенітет України.

Основою створення та функціонування громадянського суспільства в Україні є положення Конституції України, а саме:

- права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст та спрямованість діяльності держави; держава відповідає перед людиною за свою діяльність; утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави (стаття 3);

- держава гарантує право кожного на свободу світогляду і віросповідання (стаття 35);
- держава закріплює право за громадянами України на свободу об'єднання у політичні партії та громадські організації (стаття 36);
- держава гарантує право громадянам брати участь в управлінні державними справами (стаття 38);
- держава створює належні умови, що забезпечують право усіх направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування (стаття 40) тощо.

Законодавчою основою регулювання діяльності громадянського суспільства є: Цивільний кодекс України, Закони України «Про об'єднання громадян», «Про молодіжні та дитячі громадські організації», «Про політичні партії в Україні», «Про звернення громадян», «Про органи самоорганізації населення», «Про благодійництво та благодійні організації», «Про соціальні послуги»; Указ Президента України «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики»; постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про волонтерську діяльність у сфері надання соціальних послуг» тощо.

В Україні за роки незалежності вже накопичено досвід взаємодії держави з громадянським суспільством, зокрема, як консультативно — дорадчий орган при Президенті України було утворено Раду представників громадських організацій національних меншин України, було укладено Генеральну угоду між Кабінетом Міністрів України, всеукраїнськими об'єднаннями організацій роботодавців і підприємців та всеукраїнськими профспілками і профоб'єднаннями на 2004-2005 роки, створено громадські ради при центральних, місцевих органах виконавчої влади тощо.

Найчастіше виокремлюють дві стратегії взаємовідносин громадських об'єднань з державою — співробітництво й опонування. Але це швидше «ідеальні типи». В реальності кожне об'єднання, інститут використовує комбінації цих стратегій. Можлива ситуація, коли однотипні й ідеологічно близькі організації, об'єднання застосовують різні стратегії, що зумовлюються позицією лідерів, регіональним чинником і т.п. Багато в чому стратегії взаємовідносин визначаються характером політичного режиму в державі, історичними традиціями тощо.

Тип громадянського суспільства впливає на форми і зміст його взаємодії з державою. І справа тут не стільки в стратегіях взаємодії, скільки в тому, що держава претендує і надалі виступати домінатором модернізацій або стагнацій розвитку, інколи ігноруючи громадянське суспільство.

І від того, наскільки розвиненим і консолідованим є громадянське суспільство, залежить його опір домінаutorству (а інколи — і тоталітаризму) держави.

Континентально-європейська модель (тип) громадянського суспільства є більш ефективним інструментом стримування держави в нестабільній ситуації. В Україні ця модель поки що працює не досить ефективно через слабкість, неусталеність інститутів громадянського суспільства. Навіть такі численні профспілки, як Федерація профспілок України, досить часто є іграшкою в руках влади, оскільки профспілкова бюрократія слабо пов'язана з профспілковою масою, і особливо із середнім класом, некорумпованими бізнесовими структурами, які в умовах значної корумпованості суспільних відносин постають «героїчними» [Див.: Власть, бизнес и гражданское общество. // общественные науки и современность. — 2002. №6. — С.31-51]. «Героїчність» не-корумпованих бізнесових структур, на жаль, швидко веде їх до знищення або до звичної корумпованості.

На сьогодні розробляється та обговорюється Концепція державної підтримки розвитку громадянського суспільства - документ, який покликаний встановити і формалізувати засади взаємовідносин органів публічної влади та громадянського суспільства.

Основою громадянського суспільства є громадські, благодійні організації, творчі спілки, інші установи та невідприємницькі товариства, що представляють інтереси різних корпоративних груп та мають забезпечувати взаємозв'язок органів публічної влади і суспільства, організовувати публічний діалог з приводу ключових питань розвитку держави та суспільства, розв'язувати питання самоорганізації різних сегментів громадського життя та самостійно вирішувати значне коло соціально важливих для суспільства проблем.

Концепція є виразом бажання органів публічної влади та організованих громадян налагодити співробітництво і партнерство. Інституції громадянського суспільства та різноманітні громадські ініціативи створюють умови для самореалізації особистостей, надають можливості для вираження спільних інтересів, цінностей, цілей.

Органи публічної влади зобов'язується сприяти та підтримувати розвиток організацій громадянського суспільства (ОГС) з метою реалізації прав та свобод людини і громадянина.

Концепція державної підтримки розвитку громадянського суспільства передбачає:

1). визначення засад, на яких мають будуватися взаємодія органів публічної влади та організацій громадянського суспільства;

2). удосконалення існуючих та створення нових форм соціального партнерства, співробітництва органів публічної влади та громадянського суспільства;

3). створення ефективних засобів та методів підтримки діяльності організацій громадянського суспільства та соціально значимих проєктів, які ними реалізуються;

4). створення інфраструктури взаємодії органів публічної влади та організацій громадянського суспільства.

В Концепції унормовуються відповідні терміни та визначення: органи публічної влади — органи державної влади, органи місцевого самоврядування та організації громадянського суспільства (ОГС), або ж інститути громадянського суспільства (ІГС) — громадські, благодійні організації, творчі спілки, інші установи та непідприємницькі товариства що представляють інтереси різних корпоративних груп та створені без мети отримання прибутку, а також громадянські ініціативи — об'єднання громадян без статусу юридичної особи, громадські слухання, будинкові комітети, мирні зібрання, публічні обговорення тощо.

Як свідчить аналіз, **Концепція формує основи партнерства між державою та громадянським суспільством з метою:**

1). розвитку громадянської активності, різноманітних громадських ініціатив та створення умов для реальної участі громадян в управлінні державними справами;

2). впровадження системи державної підтримки розвитку громадянського суспільства в Україні;

3). створення сприятливих умов для функціонування і розвитку організацій громадянського суспільства у тому числі через формування неурядових громадських організацій; створення умов для забезпечення діяльності широкого спектру громадських, благодійних та інших непідприємницьких організацій завдяки українським джерелам фінансування.

4). забезпечення умов для самореалізації кожної особистості шляхом її участі у різноманітних громадянських ініціативах.

Досить важливо, що **співробітництво органів публічної влади та громадського суспільства, згідно Концепції, має ґрунтуватися на таких принципах:**

1. *Соціальне партнерство.* Цей принцип передбачає налагодження конструктивної взаємодії між органами влади, суб'єктами господарської діяльності та ІГС при вирішенні соціально значимих проблем і наданні конкретних послуг органами влади.

2. *Встановлення балансу між державними інтересами та інтересами окремо взятих ІГС.* Він передбачає встановлення рівноваги, що характе-

ризується оптимальним співвідношенням державних інтересів та інтересів окремо взятих ІГС при виробленні та прийнятті рішень. Узгодження інтересів громадян і суспільства, їх гармонізація є визначальною умовою формування громадянського суспільства.

3. *Надання рівних можливостей.* Держава має сформувати таке правове поле, яке б містило гарантії для забезпечення рівних можливостей ІГС у здійсненні їх основної діяльності щодо захисту прав і свобод людини, а також у сфері надання соціальних послуг. При цьому принцип надання рівних можливостей повинен забезпечуватися шляхом створення прозорого механізму конкуренції.

4. *Взаємовідповідальність і обов'язок подавати звіт.* Діяльність, що спрямована на задоволення суспільних інтересів вимагає як від громадянського суспільства, так і від органів влади відкритості, почуття відповідальності і готовності надати звіт про свою діяльність та витрачені кошти. Розробка механізмів громадського контролю за діяльністю органів влади і прийняттям ними рішень, пов'язаних з дотриманням прав і свобод громадян, відкритістю і прозорістю бюджетів і бюджетного процесу передбачає розроблення моделі звіту органів влади перед громадськістю в публічній формі. З боку ІГС обов'язок давати звіт передбачає необхідність дотримуватися норм звітності за використання державних коштів.

5. *Невтручання держави у діяльність ІГС,* за винятком випадків, встановлених законом. Органи влади не втручаються у діяльність ІГС і діють по принципу дозволеності лише того, що прямо передбачено законодавством. Мінімізація контролю держави за діяльністю ІГС має стати одним з пріоритетних напрямків удосконалення законодавства.

6. *Участь у виробленні політики, прийнятті рішень та їх реалізації* ІГС є каналами представлення існуючих у суспільстві різноманітних інтересів, через які громадяни одержують інформацію і виражають свою думку з приводу планованих рішень. ІГС сприймаються не як пасивні суб'єкти політики й управлінських рішень, а як безпосередні, активні і зацікавлені сторони, що мають право брати широку участь у процесі прийняття та реалізації таких рішень на всіх його етапах — від початкових стадій обговорення доцільності їх прийняття до остаточного прийняття та реалізації. Взаємодія органів публічної влади та організацій громадянського суспільства має будуватися на основі партнерства та рівноправності. Це дозволить зробити співпрацю ефективною та створить умови для об'єднання зусиль державного та громадського сектору з метою вирішення суспільно значущих питань.

7. *Інформаційна відкритість.* Цей принцип передбачає: прозорість, гласність і доступ засобів масової інформації та інститутів громадянсько-

го суспільства до офіційної інформації з метою боротьби з корупцією та надання відкритої і достовірної інформації для ефективної взаємодії; активну комунікацію із ІГС стосовно завдань і обов'язків органів влади, а також рішень, які приймаються ними; визначення взаємних, прозорих і доступних каналів спілкування й інформування про ці канали зацікавлені групи і громадськість; надання необхідної інформації, уточнюючи при необхідності її конфіденційність і гарантуючи конфіденційність інформації, отриманої на тих же умовах від іншої сторони з метою достатньої обізнаності предмету співробітництва; популяризацію і підтримку через засоби масової інформації й у публічних виступах політики взаємного співробітництва.

8. *Визнання державою багатоманітності видів діяльності ІГС.* Держава визнає та схвалює існування різноманітних за видами діяльності ІГС, а також їх галузеву спрямованість, та передбачає розвивати співробітництво з ІГС на професійно-профільній основі.

9. *Ефективність, гнучкість.* Цей принцип визначає, що державна політика має відповідати реальним суспільним потребам, мати чіткі цілі й прийматися з урахуванням оцінки їх очікуваного впливу та попереднього досвіду. Управлінські рішення мусять прийматися своєчасно й передбачати певну міру гнучкості в їх реалізації.

10. *Повага, довіра, толерантність, визнання своєрідності іншої сторони.* ІГС і органи влади відіграють при формуванні і здійсненні політики різні, але взаємодоповнюючі ролі. Органи влади поважають право громадян і їхніх об'єднань самостійно ставити перед собою мету і направляти свою діяльність на її досягнення в рамках правового поля України.

11. *Політична незалежність.* Організації громадянського суспільства при здійсненні своєї діяльності мають бути вільними та незалежними, діяти виключно в рамках закону. Підтримка громадських ініціатив та організацій за рахунок бюджетів та фондів органів державної влади чи органів місцевого самоврядування має здійснюватись, як правило, на конкурсній основі з дотриманням прозорих процедур та безсторонності, аби не допускати надання привілеїв чи створення обмежень політичного характеру, а також поширення політичного впливу на громадські ініціативи.

12. *Комплексність.* Форми реалізації громадських ініціатив через організації громадянського суспільства є взаємопов'язаною та взаємодоповнюючою системою до виконання органами публічної влади власних повноважень в інтересах суспільства в цілому та окремих, соціально вразливих груп населення зокрема. Всі форми реалізації громадських ініціатив мають розвиватись та діяти цілісно і системно. Кожна з форм є не-

від'ємним елементом громадянського суспільства, що сприяє становленню та зміцненню інститутів громадянського суспільства.

5.5. Форми реалізації громадських ініціатив

Відповідно до згаданої вище Концепції державної підтримки розвитку громадянського суспільства передбачаються різні форми реалізації громадських ініціатив: соціальні й освітні проекти, тренінги і дебати, взаємодія з органами публічної влади, сприяння самоорганізації населення, розширення доступу до інформації.

Соціальні проекти

— Підтримка малозабезпечених, літніх, ветеранів.

Проекти, що мають бути спрямовані на допомогу соціально незахищеним верствам населення. При цьому реалізація таких проектів має здійснюватись у декілька способів, зокрема: адресна матеріальна(грошова) допомога; фактична допомога з надання послуг (купівля ліків, харчів, прибирання, тощо); облаштування спеціальних закладів для таких верств населення (в тому числі притулків, будинків для літніх людей, громадських їдалень, клубів, закладів культури та дозвілля тощо) та створення умов для їх довготривалої діяльності.

— Соціально важлива інфраструктура (дитячі майданчики, громадські приймальні, захист прав громадян).

Проекти, що мають бути спрямовані на розбудову соціальної інфраструктури. Облаштування та догляд за дитячими майданчиками, парковими зонами, створення спеціальних громадських приймалень, що зможуть допомагати вирішувати побутові питання в межах певного району та надавати прості юридичні консультації щодо прав і свобод громадян та механізмів їх захисту.

Освітні проекти

— Політична освіта та правова культура.

Система проектів, що має на меті розвиток політичної освіти та формування правової культури громадян України. Політична освіта передбачає роз'яснення громадянам завдань діяльності політичних партій, їх функцій в суспільстві, роль у формуванні державної влади та визначення державної політики, тощо.

Проекти, що передбачають розвиток правової культури населення мають спрямовуватись на всі категорії українських громадян, особливо в сільських та депресивних регіонах .

Ці проекти мають включати підготовку та видання низки простих правоспівісвітницьких видань, що поширюватимуться серед населення і дають інформацію про органи та посадові особи державної влади та місцевого самоврядування, їх компетенцію щодо вирішення проблем громадян, способи звертань до адміністративних та судових органів на відновлення порушених прав громадян тощо; підготовку та організацію інформаційних правових програм на місцевих телеканалах, радіостанціях; організації мережі громадських приймалень для надання практичних консультацій громадянам, підготовку із середовища громадянських організацій громадських юридичних консультантів; проведення відкритих лекцій, семінарів з найбільш актуальних питань правової просвіти населення.

— Робота з молоддю.

Організації громадянського суспільства, передусім молодіжні організації мають стати важливим елементом залучення молоді до суспільного життя України, підготовки молодих людей до входження в реальне конкурентне середовище нинішнього життя, тому молодіжні проекти таких організацій отримуватимуть розуміння та підтримку органів державної влади та місцевого самоврядування.

Реалізація молодіжних проектів, щодо правової просвіти молоді, організації її дозвілля, залучення до наукової, громадської, екологічної та іншої суспільно-корисної діяльності є пріоритетними і можуть реалізовуватись за місцем знаходження молоді — у школах, ліцєях, вищих освітніх закладах, тощо. При цьому організації громадянського суспільства можуть впроваджувати різноманітні освітні проекти в закладах освіти за умови їх погодження з відповідним державним органом управління освітою.

Управління у справах сім'ї та молоді місцевих державних адміністрацій, відповідні підрозділи органів місцевого самоврядування, що опікуються цими проблемами, мають якнайширше у своїй діяльності спиратись на можливості та досвід у цій сфері організацій громадянського суспільства.

— Гуртки, клуби, секції.

Відродження традицій зайняття дітей, молоді, інших громадян в групах за інтересами, має стати важливим напрямом діяльності організацій громадянського суспільства та новою формою їх співпраці з органами державної влади та місцевого самоврядування.

Створення за участі організацій громадянського суспільства гуртків, клубів, секцій, інших об'єднань за інтересами, що працюють безпосередньо зі споживачами таких послуг має отримати підтримку державних органів та органів місцевого самоврядування.

Спектр діяльності таких інституцій надзвичайно широкий — від профільного навчання (комп'ютерна грамотність, основи права, основи економіки) до діяльності гуртків дозвілля (секції шахів, плавання, вишивки, танців) тощо.

Тренінги

— Розбудова неурядових організацій.

Якість організації неурядових організацій в Україні потребує вдосконалення. Необхідним є проведення тренінгів та інших заходів, спрямованих на розбудову в Україні мережі неурядових організацій. Така система заходів має включати консультування зацікавлених груп громадян з питань інституалізації неурядових організацій, організаційного, правового, бухгалтерського та іншого забезпечення діяльності неурядових організацій тощо.

Крім того мають реалізовуватись практичні тренінги з розбудови неурядових організацій, що будуть спрямовані на поширення практичного досвіду створення та функціонування організацій третього сектору.

— Стосунки з органами публічної влади.

Система тренінгів, що мають надавати консультації неурядовим організаціям та іншим інституціям громадянського суспільства щодо стосунків з органами публічної влади.

Тренінги мають стосуватись участі неурядових організацій та інших інституцій громадянського суспільства в роботі органів публічної влади (громадські ради, консультаційні та дорадчі органи тощо), участі в тендерах та інших конкурсних пропозиціях органів публічної влади тощо. До таких тренінгів обов'язково слід залучати представників органів публічної влади для забезпечення їх реальної ефективності.

Дебати

— Залучення громадян до обговорення важливих суспільно-політичних справ.

Організації третього сектору мають ініціювати обговорення важливих суспільно-політичних питань та залучати громадян до такого обгово-

рення. Це сприятиме підвищенню громадської активності, зростанню політичної та правової культури громадян. Обговорення мають стосуватись актуальних проблем та пропонувати за можливості певні шляхи їх розв'язання зі сторони громадськості.

До таких проблемних питань варто віднести, серед іншого, інтеграційні перспективи України, взаємодія органів публічної влади та громадських ініціатив, органів публічної влади та бізнесу тощо.

Про хід та результати публічних обговорень має повідомлятися широка громадськість та органи публічної влади, зокрема, через періодичну пресу, телебачення, Інтернет тощо. Засоби масової інформації мають всебічно сприяти публічності діяльності громадянських ініціатив.

— Публічні обговорення актів органів публічної влади.

Органи публічної влади та організації третього сектору зобов'язані проводити публічні обговорення актів органів публічної влади із залученням громадськості. Таке обговорення може стосуватись як проектів рішень, так і ухвалених рішень органів публічної влади.

Метою публічних обговорень рішень органів публічної влади має бути визначення ставлення громадськості до обговорюваних рішень, їх схвалення чи заперечення, у випадку необхідності — вироблення пропозицій щодо удосконалення рішень органів публічної влади.

Про хід та результати публічних обговорень обов'язково мають повідомлятися органи публічної влади та широка громадськість. Засоби масової інформації мають всебічно сприяти опублікуванню результатів публічних обговорень органів публічної влади.

— Публічні дискусії щодо проектів, які реалізуються органами публічної влади та неурядовими (громадськими) організаціями.

Органи публічної влади та інституції громадянського суспільства мають проводити публічні дискусії щодо змісту та реалізації проектів, зокрема, соціальних, освітніх, які впроваджуються органами публічної влади та неурядовими організаціями.

При здійсненні обговорення проектів, що ініціюються та реалізуються відповідними інституціями має визначатись думка громадськості щодо доцільності реалізації тих чи інших проектів, порядку впровадження проектів, оцінювання ефективності реалізації проектів з точки зору результативності та витратності.

Про хід та результати публічних дискусій обов'язково мають повідомлятися органи публічної влади та широка громадськість. Засоби масової інформації мають всебічно сприяти опублікуванню результатів таких публічних

дискусій. Органи публічної влади зобов'язані враховувати думку громадськості при ухваленні рішень щодо впровадження тих чи інших проєктів.

Взаємодія з органами публічної влади

— Громадські ради.

Громадські ради мають створюватись з метою представлення інтересів громадськості в органах публічної влади. Громадські ради мають складатися з представників неурядових організацій та громадськості, які зацікавлені у відповідному секторі державної політики.

Порядок формування та діяльності громадських рад має визначатись рамковим положенням про громадську раду при органі державної влади, положенням про громадську раду при органі місцевого самоврядування, які затверджуються Кабінетом Міністрів України та деталізуватись відповідними положеннями, що можуть прийматись кожним органом публічної влади при якому утворено громадську раду.

— Консультативні та дорадчі органи при органах публічної влади.

Діяльність консультативних та дорадчих органів при органах публічної влади має сприяти підвищенню якості та виваженості політичних та управлінських рішень органів публічної влади. Консультативні та дорадчі органи можуть створюватись як за ініціативою відповідного органу публічної влади, так і за ініціативою громадськості.

Порядок створення та діяльності консультативних та дорадчих органів визначається рамковим положенням про консультативні та дорадчі органи при органі державної влади, положенням про консультативні та дорадчі органи при органі місцевого самоврядування, які затверджуються Кабінетом Міністрів України та деталізуватись відповідними положеннями, що можуть прийматись кожним органом публічної влади при якому утворюються консультативні та дорадчі органи.

Напрямами діяльності експертних груп при органах публічної влади є:

- Участь у розробці проєктів рішень органів публічної влади;
- Експертно-аналітичне забезпечення діяльності органу публічної влади, тощо.

— Виконання проєктів на замовлення органів публічної влади.

Неурядові організації мають залучатись до здійснення проєктів (наприклад, соціальних, освітніх тощо), що ініціюються органами публічної влади.

Орган публічної влади може залучати одну або декілька неурядових організацій до реалізації таких проектів, при чому сам орган публічної влади може виступати в статусі співорганізатора або співвиконавця проекту. Залучення неурядових організацій до реалізації проектів має здійснюватись на конкурентній основі (тендери, конкурси, тощо), при чому орган публічної влади має забезпечувати прозорість та чесність таких конкурсів.

Органи публічної влади можуть залучати неурядові організації до здійснення проектів за умови повного або часткового фінансування витрат неурядової організації з реалізації цих проектів із Державного або місцевих бюджетів України.

Порядок оголошення, проведення та відшкодування витрат за проектом із залученням неурядових організацій визначається рамковим положенням про проведення конкурсу (тендеру) на виконання проекту за замовленням органу державної влади, положенням про проведення конкурсу (тендеру) на виконання проекту за замовленням органу місцевого самоврядування, які затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Доцільно для кожного типу проектів передбачити деталізоване положеннями про проведення конкурсу (тендеру) на виконання проекту за замовленням відповідного органу публічної влади, що можуть прийматись кожним органом публічної влади, відповідальним за певну сферу вироблення чи реалізації політики.

— Вплив на прийняття рішень.

Неурядові організації та інші інституції громадянського суспільства мають впливати на рішення органів публічної влади. Такий вплив має ґрунтуватись на настроях, що панують у суспільстві та бути належним чином репрезентованим, наприклад, шляхом проведення мирних зібрань, мітингів, пікетів тощо у порядку визначеному законом.

Організатори таких заходів мають оприлюднювати свою позицію щодо проблемних рішень органів публічної влади через засоби масової інформації та в інший спосіб, не заборонений законом. Органи публічної влади мають враховувати думку громадян при прийнятті рішень.

— Громадський контроль.

Неурядові організації та інші інституції громадянського суспільства мають контролювати діяльність органів публічної влади. Такий контроль має на меті забезпечення інтересів суспільства, недопущення ухвалення незаконних або антисоціальних рішень органами публічної влади.

Неурядові організації та інші інституції громадянського суспільства мають інформувати суспільство про проблемні рішення органів публічної

влади, організовувати належне представлення думки громадськості щодо таких рішень.

Громадянське суспільство має опонувати незаконним або антисоціальним рішенням органів публічної влади у спосіб та порядок передбачений законом, в тому числі шляхом оскарження та скасування відповідних рішень у судовому порядку.

Органи самоорганізації населення

— Будинкові комітети.

Органи публічної влади мають сприяти діяльності органів первинної самоорганізації населення, зокрема, будинкових комітетів, інших подібних утворень. Для цього мають бути створені нормативно-правові основи діяльності вказаних організацій і здійснюватись практична допомога з їх створення та діяльності.

Органи публічної влади мають забезпечити умови для реалізації повноважень органів самоорганізації населення, в тому числі: права на колективні звернення до органів публічної влади, зокрема, до ЖЕКу, місцевих органів державної влади, органів місцевого самоврядування тощо; права на вирішення окремих питань співжиття та організації облаштування прибудинкових територій тощо.

— Клуби за інтересами.

Органи публічної влади та неурядові організації мають сприяти відновленню в Україні системи закладів безпосередньої роботи з громадянами, зокрема, клубів, творчих майстерень, гуртків народної самодіяльності тощо. Ці заклади є невід'ємною частиною громадянського суспільства, вони сприяють вихованню молоді, забезпечують дозвілля громадян, створюють умови для солідаризації суспільства.

Доступ до інформації

— Відкритість рішень органів публічної влади.

Органи публічної влади мають забезпечити вільний доступ громадськості до рішень органів публічної влади.

Для цього органи публічної влади мають оприлюднювати найважливіші рішення через відповідні засоби масової інформації, а також створити вільний доступ до всіх рішень органу публічної влади, зокрема, створення каталогів вільного доступу в органах публічної влади та опублікування рішень через мережу Інтернет.

Обмеження щодо вільного доступу до рішень органів публічної влади може бути встановлено виключно законами України.

- **Відкритість баз даних про зареєстровані неурядові організації, благодійні фонди, тендерні пропозиції для неурядових організацій тощо.**

Органи публічної влади зобов'язані забезпечити вільний доступ до баз даних про зареєстровані неурядові організації, благодійні фонди, тендерні пропозиції для неурядових організацій.

Доступ до баз даних має забезпечуватись шляхом створення каталогів вільного доступу в органах публічної влади та опублікування такої інформації через мережу Інтернет.

- **Вільний доступ до органів публічної влади.**

Органи публічної влади зобов'язані забезпечити вільний доступ громадян до інформації про свою діяльність, порядок роботи, проекти рішень, тощо.

Для цього органи публічної влади мають облаштовувати громадські приймальні, створювати спеціальні підрозділи з безпосередньої роботи з громадянами, зокрема, для надання їм консультаційних послуг та іншої допомоги при вирішенні поточних питань.

5.6. Системний менеджмент громадських організацій

Звичайно, що існуюча вітчизняна практика, напрацьовані підходи, запропоновані у Концепції державної підтримки розвитку громадянського суспільства, потребують системного підходу до управління розвитком громадських організацій та інститутів громадянського суспільства.

Системність менеджменту громадських організацій полягає в тому, щоб не лише законодавчі та фінансові питання вирішувалися на рівні сучасних вимог, але й продукувалася належна практика взаємодії з органами державної влади, створювалися умови для зростання відповідних фондів, грантодавців та міжнародного співробітництва вітчизняних владних органів й інститутів громадянського суспільства.

Сформулюємо напрямки системної діяльності по забезпеченню розвитку громадських організацій в Україні:

- а). Законодавство**

- Прийняття рамкового Закону України «Про неприбуткові організації», що окрім необхідного реформування галузевого законодавства дозволить також уніфікувати порядок державної реєстрації неурядових організацій як юридичних осіб. Внесення відповідних змін до законів про окремі види неурядових організацій.
- Спрощення процедури легалізації неурядових організацій як юридичних осіб з метою мінімізації витрат останніх та ліквідації бюрократії.
- Встановлення чітких меж державного контролю за діяльністю інституцій громадянського суспільства, зокрема, в рамковому законі необхідно виписати чіткий порядок та підстави здійснення контролю всіма державними контролюючими органами, в т.ч. податковою службою, ревізійними комісіями, а також службами пожежної охорони, санітарного контролю тощо.
- Розробка системи «градації» неурядових організацій. За цією системою «вищі» в системі градації організації мають отримувати додаткові пільги та інші заохочення своєї діяльності. Критеріями успішності мають бути тривалість існування організації, кількість успішно реалізованих проєктів, спрямування та ефективність таких проєктів.
- Прийняття Кабінетом Міністрів України рамкового положення про громадську раду при органі державної влади, положення про громадську раду при органі місцевого самоврядування, рамкового положення про консультативні та дорадчі органи при органі державної влади, положення про консультативні та дорадчі органи при органі місцевого самоврядування, рамкового положення про проведення конкурсу (тендеру) на виконання проєкту за замовленням органу державної влади, положення про проведення конкурсу (тендеру) на виконання проєкту за замовленням органу місцевого самоврядування.
- Забезпечення державою належного правового регулювання діяльності громадянських ініціатив та реалізації ними власних повноважень.
- Імплементация в законодавство України положень Міжнародного пакту про громадянські та політичні права, а також Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, якими закріплено право на свободу асоціацій за кожною людиною, зокрема право іноземців та осіб без громадянства, які на законних підставах перебувають на території України, на створення та участь в об'єд-

наннях громадян, з урахуванням можливості їхньої участі у суспільному житті відповідно до європейських стандартів.

б). Фінансові питання

- Реформування фінансового законодавства з метою надання податкових пільг не за ознакою прибутковості-неприбутковості суб'єкта, а за ознакою конкретного виду діяльності.
- Звільнення від оподаткування коштів фізичних та юридичних осіб, які передаються в якості пожертв чи внесків неурядовим організаціям з зазначенням оптимальних, як з точки зору держави, так і з точки зору суб'єктів, що надають і отримують такі пожертви, максимальних розмірів пожертв, що звільняються від оподаткування.
- Створення системи пільг, в тому числі податкових, фінансових тощо, що мають бути заохоченням для діяльності неурядових організацій, наприклад, державне фінансування певних проектів, що здійснюватимуться неурядовою організацією.

Такі пільги мають надаватись лише дієвим організаціям, що може бути на основі системи «градацій» або за результатами відкритих чи прозорих конкурсів (тендерів).

- Реформування податкової системи — створення окремої системи оподаткування неурядових організацій, в тому числі звільнення їх від податків, характерних для комерційних підприємств, мінімізація оподаткування прибутків від діяльності за умови спрямування таких прибутків на статутну діяльність неурядової організації тощо.
- Перегляд системи благодійних пожертв. Збільшення можливостей для комерційних підприємств з фінансування неурядових організацій. При цьому варто передбачити механізм контролю за цільовим використанням таких коштів.

Також доцільно створити систему часткового звільнення суб'єктів підприємницької діяльності від окремих видів податків та зборів, за умови фінансування такими суб'єктами діяльності неурядових організацій з реалізації конкретних проектів. Перелік таких проектів має затверджуватись Кабінетом Міністрів України.

При цьому має бути контроль за цільовим використанням коштів неурядовими організаціями. Система таких пільг повинна бути взаємовигідною, тобто доцільно зробити акцент на соціально значимі проекти, як то підтримка будинків для літніх людей, лікарень (особливо в селах) тощо. При цьому співвідношення «недонадходжень до бюджету» має бути еквівалентна витратам підприємства на реалізацію проекту.

в). Взаємодія з органами державної влади

- Створення громадських рад за секторами державної політики або при органах виконавчої влади центрального та обласного рівня в обов'язковому порядку. Також громадські ради можуть створюватись і на місцевому рівні та при органах місцевого самоврядування.

При цьому такі організації мають створюватись «не для галочки», а займатися реальною діяльністю. До завдань діяльності громадських рад має бути віднесено здійснення експертного контролю за ухвалюваними рішеннями, допомога в експертному забезпеченні розробки рішень органів влади, представництво інтересів громадян, сприяння публічному обговоренню діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування.

- Створення консультативних та дорадчих органів при органах публічної влади.
- Підтримка створення органів громадського контролю при органах публічної влади.
- Залучення неурядових організацій до реалізації проектів на замовлення органів публічної влади. Органи публічної влади мають бути зобов'язані залучати неурядові організації до реалізації проектів, наприклад, у якості виконавчого агента. Фінансування в цьому випадку може бути, як за рахунок бюджетів чи спеціальних фондів, так і спільними ресурсами.
- Відкритість, забезпечення доступу до інформації.
- Доступ до баз даних.

г). Створення вітчизняних грантодавців (фондів донорів)

Сприяння створенню вітчизняних фондів, що зможуть надавати гранди на діяльність невідповідних організацій.

Для цього необхідна система заходів, що включатиме: пільговий фінансовий клімат для діяльності таких фондів, залучення коштів суб'єктів підприємницької діяльності у якості джерел наповнення таких фондів, мінімальна державна підтримка фінансової незалежності фондів.

Інший спосіб — створення державних фондів. Особливою умовою діяльності державного фонду має бути віддання його в управління незалежній приватній компанії.

д). Міжнародне співробітництво органів влади та ІГС в контексті їх взаємодії

Держава розглядає міжнародну діяльність ІГС як важливий інструмент підтримки внутрішніх політичних та економічних реформ, забезпе-

чення гідного місця України в системі міжнародних відносин. Орієнтація на європейську та глобальну інтеграцію має бути пріоритетом міжнародної діяльності органів влади та ІГС.

Для розвитку міжнародного співробітництва в цій сфері доцільно:

- сприяти всіма можливими засобами формуванню позитивного міжнародного іміджу України;
- активізувати співробітництво ІГС України з іноземними та міжнародними ІГС в усіх сферах суспільного життя;
- сприяти інтеграції ІГС в міжнародне співтовариство, що дозволяє їм відслідковувати світові тенденції суспільного розвитку, одержувати важливу інформацію, закордонний досвід, й активно презентувати Україну у світі.

В цьому зв'язку розвиток взаємодії української держави з глобальним громадянським суспільством на міжнародній арені може здійснюватись у таких трьох площинах:

- співпраця органів влади і ІГС України з іноземними й міжнародними державними та недержавними установами й організаціями;
- співпраця органів влади і ІГС України з інститутами громадянського суспільства української діаспори;
- співпраця органів влади і ІГС України з інститутами громадянського суспільства України, які функціонують за межами України.

Визначені цією Концепцією рамки міжнародної співпраці не перешкоджають можливості здійснення такої співпраці в інших площинах.

Тобто дані напрацювання й підходи мають принести відповідні результати, піднести дієвість, впливовість і взаємодію кожного владного інституту та інституту громадянського суспільства.

Саме налагодження взаємодії держави з ІГС має сприяти удосконаленню всієї системи партнерських стосунків «державна — громадянське суспільство».

Здійснення запропонованих підходів сприятиме:

- зростанню авторитету ІГС як інститутів таких, що спроможні здійснювати вплив на вироблення, прийняття і реалізацію суспільно значущих рішень;
- перетворенню ІГС на реальний інструмент контролю громадян за ефективністю та прозорістю діяльності органів влади;
- поліпшенню іміджу України у міжнародному співтоваристві;
- ліквідації ізоляваності ІГС від діяльності органів влади;
- підвищенню громадянської активності;
- підвищенню довіри з боку суспільства до діяльності органів влади;

— утвердженню та популяризації у суспільстві загального розуміння значення ІГС та їхньої ролі.

За баченням багатьох прихильників подальшої демократизації вітчизняного суспільства дана Концепція має підстави стати ефективним керівним документом для визначення напрямів реформування законодавства щодо громадянського суспільства, підвищення його ролі, встановлення якісно нового рівня відносин ІГС з органами влади.

Розділ 6.

Політична участь як різновид соціальної дії

6.1. Поняття політичної участі

Аналіз сутності, форм, засобів, інтенсивності, мотивів, а також обсягу і результатів політичної участі громадян дає можливість розкрити характер і особливості таких політичних процесів як боротьба за владу та її перерозподіл; вироблення, прийняття і реалізація політико-управлінських рішень; виникнення, протікання та вирішення політичних конфліктів та ін.

Картина політичної участі дозволяє дізнатися про реальну роль громадянина, окремих прошарків і соціальних груп у політичній системі суспільства. Участь громадян в політиці є, таким чином, одним з головних індикаторів якісних характеристик політичного процесу, ступеня його демократизму.

Проблеми політичної участі давно знаходяться у полі зору дослідників різних країн, як дальнього так і ближнього зарубіжжя, а також українських вчених. Серед них, насамперед, слід згадати роботи *Л. Мілбратса, С. Верби і Н. Ная, Р. Даля, Д. Трумена, С. Хантингтона, К. Пейтмена, Д. Гончарова, А. Мельвіля, Г. Ділігенського, С. Перегудова, Є. Мелешкіної, А. Колодій, О. Чемшита та ін.*

Вчені намагаються визначити оптимальні масштаби, інтенсивність та засоби залучення громадян у політику, створення механізмів їх ефективного впливу на всі сфери життя суспільства. Їх цікавлять фактори та мотиви, що мають вплив на вибір тих чи інших форм політичної діяльності, причини масової підтримки або незгоди із будь-якими політичними силами, програмами політичних лідерів та ін.

В рамках відповідей на ці запитання існує багато підходів, в межах яких висвітлюються певні аспекти проблеми. Однак сутність політичної участі набагато складніша ніж здається на перший погляд. Це пояснюється як багатогранністю цього явища, використанням різних методологічних підходів для його пояснення, так і термінологічною невизначеністю основних понять.

Справа в тому, що для опису феномену участі у суспільно-політичному житті використовують такі категорії, як «політична поведінка», «політична активність», «політична діяльність», «громадська залученість». При цьому їх часто не розмежовують і не визначають взагалі.

Спроби визначення цих понять, які пропонують деякі автори, не можна визнати задовільними в силу того, що вони не дають повної картини політичної участі, здатної слугувати основою для адекватного використання цього поняття. Крім цього, поза увагою вітчизняних вчених часто залишається сутнісна характеристика політичної участі як феномену соціальної дії. Недостатньо уваги приділяється й політичній участі як саме співучасті, хоча перспектива вдосконалення демократії у світі йде саме в цьому напрямі.

Широка, свідома і добре організована політична участь є, мабуть, найхарактернішою ознакою демократичної складової суспільно-політичної модернізації. Структура участі вміщує в собі низку аспектів. Насамперед, це формування інституційної структури участі.

Організаціями, які впорядковують і спрямовують участь, насамперед є політичні партії. Велике значення в сучасних демократичних системах відіграє участь, пов'язана з групами організованого висунення інтересів, в рамках групової політики.

Другим аспектом є процес поширення та набуття якісних характеристик політичних ідеологій, що складають підґрунтя суб'єктів участі. Наступний аспект, пов'язаний із становленням громадянського суспільства, активізацією процесу виникнення та інституційного оформлення його структур, а також системи державного і місцевого управління, орієнтованого на форми співучасті з загалом громадян.

Як слушно зауважують автори фундаментального дослідження «Основи демократії», важливим показником розвитку громадянського суспільства є не тільки число організацій, але й участь людей у їх діяльності: «громадська залученість або волонтеризм» [118].

Політична участь в основному спрямована на внутрішні й зовнішні соціальні інтереси насамперед у вигляді державно детермінованих інтересів, у яких представлена вся їх гамма — від інтересів особи і до інтересів народу, яка може мати або навіть не мати своїх інституціональних форм політичної організації.

Слід, наприклад, згадати участь у позаінституціональних політичних рухах і акціях, з метою впливу на існуючу політичну систему.

На думку більшості дослідників політична участь включає широкий спектр політичної активності, пов'язаний із специфічним відношенням соціальних суб'єктів до влади. Російський вчений *Д. Гончаров*, вважає, що саме американському досліднику *Дж. Нагелю* належить одне із універсальних визначень категорії «політична участь». Він вказує, що «участь охоплює дії, за допомогою яких рядові члени будь-якої політичної системи впливають або намагаються впли-

вати на результати її діяльності». Причому як напряду, так і опосередковано.

Наприклад, участь у попередженні злочинності або спостереження за виконанням стандартів екологічної безпеки не є безпосереднім впливом на процес прийняття рішень. Але в той же час вона здатна впливати на хід та характер тих практичних програм, які є результатом політичних рішень і надають ціннісну підтримку існуючій політичній системі. Саме політична система, на його думку, є компонентом визначення участі. Вона існує як організована структура влади, впливу, авторитету і стосується не лише уряду, а також й інших громадських інститутів, які контролюють поведінку і ресурси своїх членів. З цієї точки зору, політичного характеру, в певний момент часу, набувають не лише власне політичні об'єднання, а й економічні і соціальні інститути, церкви, профспілкові союзи й асоціації, групи тиску та ін [42, с.6].

Суттєве доповнення щодо сутності категорії «політична участь» додає український дослідник *О. Чемшит*. На його думку, політична участь це «будь яка дія або бездіяльність, спрямована на зміну або збереження існуючого способу розподілу ресурсів у масштабах усього суспільства» [167, с.254]. Як ми бачимо, у наведеному визначенні категорії відсутнє посилення на поняття «влада», яке було ключовим у попередніх визначеннях. Вчений робить слушне зауваження, що політична участь як володарювання або прагнення до влади є лише окремим випадком політичної участі взагалі.

Строго кажучи, така участь — це свідомі дії або відмова від них, які роблять політичні актори (громадяни, групи інтересів, політичні партії тощо) з метою найбільш повної реалізації відповідних базових потреб.

В свою чергу базові потреби складають своєрідну піраміду, де у підґрунті знаходяться первинні життєві потреби. Зверху піраміди «розташувалися» вищі потреби - в самореалізації та самоактуалізації, які можна трактувати як потреби у владі та її збереженні.

Прагнення до влади — це доля лише невеликої частки кожного суспільства, яка зветься політичною елітою. Частина людей, що залишилася і є та основна маса, яка напряду втручається у владу лише тоді, коли має місце стійке незадоволення потреб у виробництві, а також у відтворенні життя та робочої сили. А таке трапляється коли уряд неналежним чином розпоряджається національними ресурсами [24, 386].

Погоджуючись з таким трактуванням, слід однак зауважити, що за такого розуміння політичної участі, виникає небезпека її «розчинення» серед інших видів соціальної активності індивідів.

Близьким до такого розуміння участі є її трактування Е.Ю. Мелешкіною, яка визначає політичну участь як «більш-менш регулярне і, зокрема, інструментальне застосування акторами різних форм політичної діяльності, засобом якого громадяни намагаються впливати на процес прийняття політичних рішень» [129, с.154].

За А. Беловим, під політичною участю розуміється «будь яке сприяння політичній системі у здійсненні її функцій, впливовий прояв громадянським, його групами своїх інтересів і позицій по відношенню до влади» [3, 233]. На його думку, до участі також приєднуються різні форми суспільної активності, участь у формуванні суспільної думки на зборах, мітингах, маніфестаціях, використання свободи слова. В той же час, кандидат, що став депутатом Державної думи «виходить із простору участі, включається в діяльність іншого порядку, стає частиною політичної еліти» [19, с.234]. Тобто на думку вченого, політична участь – це, насамперед, непрофесійна політична діяльність.

Вітчизняний дослідник П. Шляхтун також обмежує сферу політичної участі громадян непрофесійною політичною діяльністю, найпоширенішими формами якої є вибори та референдуми [176, с.417].

Як ми бачимо, категорія «політична участь» тісно пов'язана із таким поняттям як «політична діяльність». Напевно оптимальною є точка зору фахівців, згідно з якою категорії «політична участь» та «політична діяльність» співвідносяться наступним чином: *політична діяльність індивідів може здійснюватися як політична участь і як політичне функціонування.*

Політична участь охоплює непрофесійну сферу політичного життя суспільства. Політичне функціонування ж сукупно означає професійну політичну діяльність. Хоча це твердження певною мірою умовне, тому що провести чітку грань між професійною та непрофесійною діяльністю не завжди можливо.

Вищезгадана точка зору знаходиться у відповідності з класифікацією М. Вебера щодо ступеня залучення індивіда до політики. У своїй відомій праці «Покликання політики» соціолог говорить, що політиками можна бути: «за нагодою», коли здійснюємо акт голосування, або іншим чином висловлюємо подібне волевиявлення; «за сумісництвом», тобто бути довіреною особою, членом правління партійно-політичної спілки, державних рад та ін. В даному випадку політика не становиться для людини першочерговою «справою життя» ні в матеріальному, ні в моральному відношенні; «професійним політиком», коли політика становиться справою життя [37, с.652]. Тобто діяльність різного роду політичних активістів займає проміжне положення між діяльністю «професіоналів» та «простих» громадян.

Якщо розглядати ці поняття крізь призму таких філософських категорій як «стихийність», «свідомість», «якість», «кількість» та «міра», то можна зробити наступне припущення: *професійна політична діяльність як політичне функціонування переважно здійснюється у свідомих формах, а політична участь часто відбувається також і в стихійних*. Крім того, професійну політичну діяльність як правило оцінюють в якісних характеристиках, а політичну участь - в категоріях кількості та міри.

6.2. Політична участь і політична поведінка

Відомо, що різні люди можуть брати участь у політичному житті з різною інтенсивністю: одні особи лише читають газети, інші ще і ходять на вибори, а треті ведуть активну політичну роботу. Навіть залучення в один і той же вид діяльності може проявлятися по-різному: наприклад, один активіст може лише епізодично брати участь в політичних кампаніях на правах виконавця, а інший є їх активним організатором, один виборець може ходити на кожні вибори, а інший лише на особливо значущі для політичного життя.

Для визначення цих відмінностей існує поняття політичної активності. Під політичною активністю слід розуміти інтенсивність участі суб'єкта в політичному процесі загалом, а також в межах окремих форм політичної діяльності. Але не тільки. Активність — це той методологічний принцип, що «дозволяє розкрити специфіку становлення мінливої особистості у соціумі, який також змінюється. Цей принцип дозволяє враховувати роль об'єктивних чинників у їх реальній дії на особистість, а також вияв потенційних характеристик самої особистості в процесі соціально-психологічного відображення суспільних відносин».

Однією з категорій, що напряму пов'язана з політичною участю є політична поведінка. За словами Є. Шестонал: «...в політичній науці під терміном «політична поведінка» розуміють як дії окремих учасників, так і масові виступи, як активність організованих суб'єктів влади, так і стихійні дії натовпу, як акції в підтримку системи, так і ті, що спрямовані проти неї. Більш того, голосування «проти» або неявка на вибори теж трактується як форми політичної поведінки» [171, с.123].

Г. Артемов вважає, що політичну поведінку можна представити як «сукупність людських дій (вчинків), які спостерігаються зовні, в сфері розподілу та здійснення влади» [1, 209]. Її також можна визначити і як «суб'єктивно мотивований процес, в якому втілюється той чи інший вид політичної діяльності» [9, с.153].

В політичній поведінці виявляються і реалізуються політичні цілі та установки. Зазвичай розглядають індивідуальну та масову, активну й пасивну, спонтанну та цілеспрямовану, лояльну і протестну, легітимну та нелегітимну, добровільну і примусову, автономну і мобілізаційну поведінку.

Характер та спрямованість політичної поведінки залежать від співвідношення об'єктивних і суб'єктивних причин та факторів. Найбільш вивченими формами політичної поведінки є лідерство, способи голосування на виборах, участі в масових заходах (мітинги, демонстрації, виборчі кампанії) і діяльності партій, а також поведінка під час здійснення різних форм політичного протесту.

Якщо категорія «поведінка» акцентує увагу на зовнішньому відображенні діяльності, без врахування її суб'єктивного компоненту, то під політичною діяльністю розуміється «вся сукупність форм дій політичних акторів, що зумовлено зайняттям відповідної політичної позиції і пов'язаних з досягненням мети, реалізацією владних інтересів».

Ми, наприклад, говоримо про політичну діяльність активіста партії. При цьому ми розуміємо деякий загалом стандартний набір форм дій, хоча не виключаємо і можливість варіацій. Теж саме відноситься і до інших видів політичної діяльності. Діяльності депутата парламенту, учасника мітингу, президента та ін. При цьому ми знаємо, що той чи інший вид діяльності може бути реалізований по-різному. Тому ми говоримо, що окремі суб'єкти політичних відносин поведуться по-різному.

У соціальній психології діяльність тлумачать як специфічну форму активного становлення людини до навколишнього світу, змістом якого є доцільна зміна і перетворення світу на основі освоєння і розвитку існуючої в певних конкретно-історичних умовах культури [142; 143; 159; 171].

Політична діяльність це насамперед соціальна діяльність, що організовує реалізацію інтересів певних соціальних, політичних, економічних і культурних утворень, їх узгодження відповідно до рівня розвитку суспільства, його потенціалу. Вона існує в кількох формах, основною з яких у демократичних суспільствах є професійна і непрофесійна діяльність як реалізація самоврядування народу через певні суб'єкти політики і права.

Політична діяльність є об'єктивною потребою самоорганізації сучасного політичного суспільства, соціальні й громадські засади якого формуються іноді під вирішальним впливом політичної діяльності. Причому чим нижчий рівень цивілізованого розвитку суспільства, тим вищою є роль політичної діяльності і тим більша потреба в ній.

І навпаки, чим вищий рівень цивілізованого розвитку суспільства, тим меншою є роль політичної діяльності через нижчий рівень потреб суспільства в її організуючому впливі.

Наведемо одну з найбільш універсальних схем політичної діяльності, яка враховує як політичні її якості, так і психологічні форми прояву:

1. Реакція (позитивна або негативна) на імпульси, що виходять від політичної системи, від її інститутів або їх представників, не пов'язана з необхідністю високої активності людини.

2. Участь в діях, які пов'язані з делегуванням повноважень (електоральна поведінка).

3. Участь в діяльності політичних організацій і тих, що до них приєднуються.

4. Виконання політичних функцій в межах інститутів, які входять до політичної системи, або діють проти неї.

5. Пряма дія.

6. Активна (в тому числі і керівна) діяльність у позаінституціональних політичних рухах, що спрямовані проти існуючої політичної системи, які домагаються її кардинальної перебудови.

Але потрібно звертати увагу не лише на форми політичних дій, а й на **форми іммобільності**, такі як:

а) вилученість з політичних відносин, яка обумовлена низьким рівнем суспільного розвитку;

б) політична вилученість як результат заорганізованості політичної системи, низької ефективності механізмів зворотного зв'язку між такою системою і громадянським суспільством в цілому, розчарування в політичних інститутах;

в) політична апатія як форма неприйняття політичної системи (наприклад, після іноземного захоплення і окупації, перемоги контрреволюції, кривавого придушення масових соціальних і політичних рухів);

г) політичний бойкот як висловлення активної ворожнечі до політичної системи та її інститутів.

У наведеній класифікації до політичної діяльності включено деякі форми політичної участі. Участь ототожнюється з активними проявами особистості, з доданням відповідних зусиль, результати яких можуть бути помічені оточуючими. Участь — це завжди дія, а не споглядання, хоча б і зацікавлене споглядання. До дій, які складають участь, слід віднести: голосування, участь в демонстраціях, мітингах, пікетах тощо, здійснення грошових внесків, написання листів, особисті візити до політиків і посадових осіб, підписання петицій, членство в організаціях та ін.

На думку вчених, участь не можна ототожнювати із простою психологічною залученістю. Багато людей «цікавляться» політикою. Це відображається у тому, що вони слідкують за подіями політичного життя, емоційно сприймають його і навіть формують відповідну думку. Ця зацікавленість може стати умовою, а також психологічним або когнітивним (пізнавальним) фоном участі, однак сам собою він ще не складає участі. З однаковим успіхом такий інтерес може відповідати сприйняттю політики як свого роду видовища.

6.2. Соціальний характер політичної активності

Окремого розгляду заслуговує питання про характер і зміст соціальної і політичної дії в структурах участі. Сучасні дослідники вважають за необхідне особливо підкреслити уяву про участь як соціальну дію, що несе в собі інструментальний характер.

Таке тлумачення політичної участі дозволяє послідовно розмежувати власне прояв політичної участі від інших форм людської діяльності, які також можуть мати відповідне значення для функціонування політичної системи даного суспільства. В той же час у визначення політичної участі входять лише дії, що мають цілеспрямований характер. В цьому випадку індивіди свідомо роблять дещо, що впливає на політичний процес.

Зрозуміти сутність категорії «політична участь» неможливо, якщо не буде знайдено відповіді на питання: «Що ми розуміємо саме під політичною участю?» Тобто які дії соціальних суб'єктів можна віднести до політичних дій? Ми пропонуємо подивитися на проблему політичної участі крізь призму соціологічної теорії М. Вебера, в його частині, присвяченій розгляду поняття «соціальна дія», оскільки політична участь соціально детермінована.

На практиці вона реалізується через соціальну поведінку, яку прийнято розглядати як «відносно узгоджену і послідовну сукупність соціально значущих вчинків особистості» [37, с.12].

Категорія «політична участь», це одна з ключових категорій не лише політології, але й політичної соціології, політичної психології, політичної антропології тощо. Тому, для правильного розуміння її сутності необхідно враховувати як її політичне, соціологічне, культурологічне так і психофізіологічне підґрунтя.

Політична участь, це, насамперед, категорія політична. А світ політичного є складним, багатшаровим і разом з тим мінливим явищем, особливою сферою життєдіяльності людей, пов'язаною з владними від-

носінами, з державою та державним устроєм, з тими інститутами, принципами, нормами, мораллю та ін., які призвані гарантувати життєздатність спільноти, реалізацію їх загальної волі, інтересів та потреб.

В умовах державно-організованого суспільства включення громадян в процес прийняття рішень і управління так чи інакше політизується в його соціальній, економічній і духовно-культурній сферах. Політичну участь в якості універсального явища можна розглядати, таким чином, як включення в різних формах членів суспільства на індивідуальному, класово-груповому, національно-етнічному, релігійному та інших рівнях в процес політико-владних відносин.

Варто пам'ятати, що головною метою політики, її сутнісною характеристикою є здійснення всезагального взаємозв'язку соціальних груп, інститутів, приватних та публічних сфер діяльності людей. На думку російського дослідника *К. Гаджиева*, головною функцією політичного є «забезпечення єдності суспільства, розділеного на різні групи, прошарки, класи» [40, с.96].

Тобто можна казати, що політика виконує важливу соціальну функцію інтеграції суспільства. За певних історичних обставин деякі політичні сили можуть також проводити свідому політику, спрямовану на дезінтеграцію суспільства. Але сутність політики, як найважливішого фактора соціальних змін, від цього не змінюється. Тому політичну участь слід розглядати, насамперед, як вагомий чинник соціальних змін, як соціальну дію.

Для розуміння сутності політичної участі цінний методологічний інструментарій ми знаходимо у соціологічній теорії М. Вебера, в якій він розглядав соціальні дії, як рушійний фактор всього людського існування в його універсальності. Вихідною тезою соціолога була думка про те, що структура соціальної реальності конструюється в кінцевому рахунку соціальними діями індивідів.

Однак не кожний акт поведінки індивіда можна вважати соціальною дією. Дія людини становиться соціальною, якщо вона відповідає наступним вимогам, або в ній присутні:

а) суб'єктивна мотивація індивіда, який вкладає в свій акт певний смисл;

б) орієнтація на поведінку інших людей.

Дія, в якій людина не замислюється, або в якій людина не бачить реальної мети, не є соціальною дією. Так, на думку вже згаданого М. Вебера, зіткнення двох велосипедистів є не більше як подія, на кшталт явища природи. Однак, намагання кого-небудь з них уникнути зіткнення — наступна після зіткнення сварка, бійка або мирне урегулювання конфлікту — є вже «соціальною дією».

Вебер не вважав дію соціальною, якщо вона є чисто наслідувальною, коли індивіди діють як атоми натовпу. Так, до соціальної дії не можна віднести ненавмисну або несвідому участь людини в тій чи іншій кампанії, політичній акції, тому що в даному випадку відсутній розумовий процес і усвідомлено цілеспрямована активність.

М.Вебером були сконструйовані і введені в соціологічні дослідження чотири ідеально-типичні, «чисті» моделі дій індивідів, які відрізняються за ступенем раціональності: ціле-раціональна; ціннісно-раціональна; афективна; традиційна.

Ці типи дій є практично в кожному суспільстві, кожній культурі. Але в конкретному суспільстві переважають певні типи дій, які відбиваються на характері політичних відносин.

Ціле-раціональна поведінка індивіда завжди орієнтована на певну мету, засоби із врахуванням побічних результатів його дій. Ця дія характеризується ясністю та однозначністю усвідомлення суб'єктом дії власної мети, яка співвідноситься із раціонально усвідомленими засобами, які забезпечують її досягнення.

Причому раціональність мети подвійна: як с точки зору раціональності її власного змісту, так і з точки зору доцільності засобів, що обираються. Ціле-раціональні дії, насамперед, поширені в політичній сфері. Така поведінка притаманна діям індивідів в розвинутих правових демократичних державах.

Ціннісно-раціональні дії, які базуються, як правило на нормах певних світоглядних систем, або релігійних догм, коли людина, не дивлячись на можливі наслідки, слідує своїм переконанням і уявленням про громадянський обов'язок, доброчесність, красоту, релігійне визначення, субординацію та ін.

На нашу думку, Україна є значною мірою саме такою державою, де в політичній сфері переважають ціннісно-раціональні дії. В поведінці людей часто переважають партікуляристські відносини — симпатії та антипатії, почуття особистої відданості до олігархів, політичних лідерів, лояльності до «своїх» та ворожого ставлення до «чужих».

Афективна дія межує і часто знаходиться поза межами того, що ми називаємо осмисленими діями. Це майже проста фізіологічна реакція на зовнішній подразник. Це дія, визначальною характеристикою якої є певний емоційний стан суб'єкта: пристрасть або ненависть, гнів або піднесення, жах або напад відваги.

В політиці афективні дії мають прояв у фаворитизмі, протекціонізмі, даруванні статусних та владних привілеїв, в позаправовому й невмотивованому знятті чиновника з посади під впливом симпатій та антипатій, заздощів чи страху, в неадекватній політичній поведінці.

Традиційна дія також подібна чисто реактивному наслідуванню, що не може бути названо осмислено орієнтованою дією. Часто це лише автоматична реакція на звичний подразник в напрямку колись засвоєної установки. До традиційних дій відносяться повсякденні поведінкові акти, які здійснюються просто за традицією. Наприклад, традицією царського правління або сліпого виконання «правил гри» за панування керівників різного гатунку (вождів, партійних та релігійних лідерів тощо). Значимість цього типу дії пов'язана з тим, що до нього наближається більша частка звичної повсякденної поведінки людей, в якій велику роль грає звичка.

Зрозуміло, що в реальному житті неможливе послідовне відтворення ні одного з ідеальних типів соціальної дії, оскільки у людській поведінці співіснують елементи різних типів дії.

Разом з тим, їх теоретичне розмежування, яке надає можливість з'ясувати, до якого з типів фактично тяжіє індивіду і певний конкретно-історичний ситуації, має певний сенс та допомагає у конкретному соціально-політичному дослідженні.

Таким чином, можна зробити висновок, що не всі дії індивідів, що ми спостерігаємо в соціальній сфері, можна стовідсотково віднести до соціальних дій.

Так само не всі прояви активності, що здійснюються громадянами у політичній сфері, з повним правом можна класифікувати як саме політичні. Це пов'язано з тим, що політична діяльність, це, насамперед, соціальна діяльність. Політична дія, на нашу думку, повинна нести соціальне навантаження. Якщо, так звана «політична» дія соціально не детермінована то вона виходить з поля політичного.

Слід звернути увагу ще на один аспект, який викриває специфіку політичної участі. На відміну від професійної політичної діяльності, яка переважно індивідуалізована, політична участь, як правило, здійснюється — як співучасть.

Д. Белл, аналізуючи постіндустріальне суспільство, з метою визначення його сутнісних характеристик, впровадив поняття «осьовий принцип», який панує в певній сфері суспільних відносин. Осьовим принципом сучасної політики, на думку вченого, є саме співучасть, інколи мобілізована або скеровувана зверху, інколи така, що вимагається знизу [20, с.206].

В пошуках оптимальної (адекватної) моделі демократії вчені намагаються знайти такі механізми та принципи її функціонування, які дозволили б подолати кризові явища у практиці функціонування демократичних політичних систем сучасності.

В межах цих пошуків привабливою є ідея поділу різних типів демократії на «органічні» і «неорганічні» (зокрема, ідеолог французьких нових прагматиків *Ален де Бенуа*).

До «неорганічних» демократій він відносить ліберальну демократію та егалітарну. В ліберальній демократії, найбільш розповсюдженій в сучасному світі, панує принцип «свободи». «Ліберальна демократія» робить акцент на людині, індивідуумі, абсолютизуючи його економічні і життєві потреби, підкоряючи всю структуру суспільства інтересам вільного споживання. Для ліберальної демократії є притаманним принцип «одна людина — один голос».

В «егалітарній демократії» домінує принцип «рівності». Цей тип демократії більш за все проявився у формі тиранічних, тоталітарних режимів націоналістичного або соціалістичного типу. На його думку в егалітарно-демократичному режимі домінує той самий атомарний, кількісний підхід до індивіда, як і в ліберально-демократичному, але при цьому перевага надається не окремому індивідові, а їх сукупності, масі.

Третій тип демократії, найбільш позитивний і альтернативний по відношенню до попередніх, суто кількісних типів, — це «органічна демократія», яка заснована на принципі «братерства».

Сутність «органічної демократії» полягає в тому, що вона бере за основу соціального устрою суспільства народ як особливу єдину кількісну і органічну спільність. Ця спільність має глибоке історичне підґрунтя, власну духовну, культурну, національну і політичну традицію, яка покладена в основу політичного самоврядування народу і служить критерієм прийняття рішень і принципом колективного волевиявлення. Органічна демократія розглядає народ не як абстрактний механізм, але як живий організм, який не може бути розпорошеним на атомарні одиниці.

Ця концепція по суті успадковує ідею *Є. Дюркгейма*, викладену ним свого часу у книзі «Про розподіл праці» щодо механічної та органічної солідарності. Органічна солідарність на його думку, передбачає, такий стан суспільних відносин, де люди відрізняються одне від одного, маючи власну сферу діяльності, індивідуальну свідомість і, як наслідок, залишаються особистостями.

Вплив суспільства на індивіда не втрачається, а колективна свідомість залишає вільною частину індивідуальної свідомості, яку вона не може регламентувати. Тут відповідно, «індивідуальність цілого зростає разом із індивідуальністю частин; суспільство стає більш здатним рухатися узгоджено, в той час як кожний з його елементів здійснює більше власних рухів».

Напевно найкраще сутність органічної демократії визначив відомий німецький вчений *Артур М. ван ден Брук*, як «співучасть народу у своїй власні долі». До цього він додавав: «демократія це не форма державного устрою, але факт співучасті народу в житті держави» [118].

Тут ключовим словом є співучасть. Саме це поняття визначає справжність і дієздатність демократії. «Співучасть» сумує в собі всі відносини члена суспільства до суспільства загалом в умовах органічної демократії. Ні голосування, ні вибори, ні система представництва, ні референдуми не визначають в такій мірі саму сутність демократичного режиму як співучасть, що передбачає справжнє зацікавлення та свідому участь громадян у житті суспільства від громади до держави загалом.

Наближеним до цієї концептуальної моделі демократії є концепція «суспільства співучасті» (*В. Хаттон*). Важливою особливістю даної концепції є те, що вона не обмежується лише сферою політики, а розповсюджується на інші аспекти і напрями суспільної активності, в тому числі — його найважливіший економічний осередок — корпорацію [118].

На рівні суспільства загалом концепція «співучасті» спрямована на втягування основних організацій, рухів і груп, які складають інфраструктуру громадянського суспільства, в управлінський процес. В цьому плані вона за багатьма аспектами співпадає із концепцією «багатоскладової демократії», що була сформульована у відомій праці *А. Лейнхарта* «Демократія в багатоскладових суспільствах» [95].

На цьому рівні вона передбачає залучення в процес демократичної дії не лише політичних, але й економічних акторів і, насамперед, інститути, що за головними напрямками здійснюють промислову і фінансову політику. Крім розширення кола учасників демократичного процесу така взаємодія покликана обмежити надмірну владу фінансової олігархії і забезпечити більш ефективне співробітництво фінансів і промисловості в інтересах національної економіки.

Проблема співучасті набуває особливої актуальності в рамках наукового дискурсу між прибічниками елітарної та партисипаторної моделей демократії. Останні зосереджують увагу на неприпустимості епізодичної участі мас в політичному процесі, а також їх повному відстороненні від конкретних механізмів прийняття соціально-економічних та політичних рішень.

Альтернативна модель, яку, зокрема, сповідують сучасні соціал-демократи — «соціальна демократія», спрямована на залучення в постійний демократичний процес основних мас трудящих.

В цілому ж варто зазначити, що проблема політичної участі, яка є складовою політичної діяльності та формою політичної активності, сьо-

годні виходить за межі суто політико-технологічних рішень та механізмів. Йдеться насамперед про співучасть населення у здійсненні та перерозподілі владних повноважень у всіх сферах суспільства: політичній, економічній та соціальній.

Розділ 7

Суспільні комунікації

7.1. Комунікації та їх роль у суспільстві

Політична система суспільства, якщо вона життєздатна, має постійно враховувати зміну внутрішньої й зовнішньої ситуації. У своєму функціонуванні вона постійно залежить від інформації про розвиток системи, що надходить іззовні, а також від власних політичних структур.

Політична комунікація є своєрідним інформаційно-комунікаційним полем політики, що має соціальний характер, з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність.

З погляду *К. Дойча* (Гарвардський університет, США), який використав під час аналізу політичної сфери загальнокібернетичні ідеї *Н. Вінера*, політична система ніколи не перебуває у стані рівноваги, оскільки постійно бере участь у динамічних процесах. Політика та врядування досліджуються в цьому разі як процес управління та координації зусиль щодо досягнення певних цілей [13].

Наскільки повним є інформаційно-комунікаційне забезпечення діяльності політичної системи? Як вона реагує на зміну ситуації, чи не запізнюється? Які можливості вона має щодо прогнозування, передбачення розвитку подій? Чи може вона адекватно впливати на небажані зміни? Усе це — життєво важливі проблеми. Відтак необхідними та першочерговими для політичної системи є політична комунікація та інформування як умова ефективного функціонування.

Загалом початок вивчення проблем політичної комунікації пов'язують з дослідженням пропаганди в період Першої світової війни (1914–1918). Але фундаментальні праці з цієї проблематики та, власне, термін «політична комунікація» з'явилися наприкінці 40-х років XX ст.

Виокремлення цього напрямку на межі соціальних і політичних наук було зумовлене розвитком кібернетичної теорії та запровадженням нових інформаційно-комунікаційних технологій і систем.

Нині особливу увагу дослідники політичної сфери суспільства приділяють його комунікативним аспектам, проблемам функціонування мас-медіа та суспільних комунікацій. Серед таких дослідників — *Дж. Бенігер* [187], *Д. Бродер* [195], *М. Власенко*, *С. Зорько*, *М. Сиротич* [33], *З. Вурмен* [276], *Ю. Габермас* [225], *Дж. Гол* [49], *Р. Ентман* [214], *Дж. Кері* [197], *С. Ліхтер* [239], *М. Мак-Люхан* [244], *Д. Мак-Квайл* [245],

В. Паттерсон [252], Дж. Пауелл [258], Г. Почепцов [133;134], Г. Ріді [260], Л. Сабато [264], Дж. Спір [268], А. Уледов [159], М. Харгрівз [226], Р.-Ж. Шварценберг [266], М. Шрам [265], та ін.

Якість урядових рішень, передбачення та випередження залежать від інформації, якою володіє політична система. Остання може мати серйозні проблеми через недостовірність або недостатність інформаційних даних.

Нову інформацію вона мусить порівнювати з раніше отриманою (що відбиває її політичний досвід) для того, щоб в подальшому можна було ухвалювати більш оптимальні управлінські рішення.

На думку *Р.Шварценберга*, **політична комунікація є процесом передавання політичної інформації, що циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною та суспільною системами, а також між політичними структурами, суспільними групами та індивідами [266].**

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Останній визначається як технологічним та технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Як і суспільства, політичні системи можуть бути ліберальними або авторитарними чи тоталітарними. Відповідну типологію мають і системи політичної комунікації.

Ліберальні структури політичної комунікації мають демократичний підхід, якщо існує постійний діалог між владою та суспільством. З погляду цієї концепції можна говорити про «уряд громадської думки», який є виявом демократії крізь призму взаємообміну інформацією між правителями та підлеглими.

Комунікація життєво необхідна політичній системі. Політичний аналіз (і подальший політичний прогноз) має враховувати проблеми інформації та політичної комунікації в поєднанні з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження політичної сфери суспільства.

Наприклад, *Г. Алмонд і Дж. Коулмен* розглядали комунікацію з погляду її гомогенності, мобільності, обсягів і спрямованості [181;182].

У розвинених суспільствах політичні «послання» (тексти, повідомлення), як правило, розуміють усі пересічні громадяни. Вони знають певні загальноприйняті «правила гри». А в суспільствах, що розвиваються, політична інформація має бути більш диференційованою залеж-

но від адресата (жителі міста чи села, робітники чи підприємці, безробітні чи науковці).

Хоча, звичайно, абсолютно гомогенних систем політичної комунікації не існує. Може йтися лише про середній загальний рівень культурного та політичного розвитку країни. В країнах з достатньо високим рівнем загальної та політичної культури в процесі політичної діяльності (наприклад, під час виборчої кампанії) теж потрібно вибудовувати політичну комунікацію в залежності від особливостей певних цільових груп громадян.

Аналогічно можна класифікувати системи політичної комунікації з погляду мобільності, оперативності інформації, що циркулює її каналами. Якщо, скажімо, газети й журнали доходять до читачів лише через тиждень після виходу, це, безперечно, не є ознакою високого рівня розвитку політичної системи взагалі та системи політичної комунікації зокрема. Те саме можна сказати і про обсяги інформації та її спрямованість. У розвинених у цьому сенсі політичних системах інформація надходить не тільки згори вниз директивним шляхом, а й навпаки: від пересічних громадян до урядових структур найвищого рівня.

Політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і розглядається як невід'ємний елемент політичної сфери суспільства, частина його політичної свідомості.

Масова комунікація (або інформаційно-пропагандистська діяльність) є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й розповсюдження соціально-політичної інформації, націленої на формування суспільної свідомості суб'єктів політики та спрямування їхньої діяльності.

Ця діяльність здійснюється з допомогою специфічних соціально-політичних інститутів — засобів масової комунікації.

Узагалі суспільна (політична) та інша інформація може передаватися трьома основними способами комунікації:

- *завдяки засобам масової комунікації;*
- *через суспільні організації;*
- *шляхом здійснення неформальних контактів.*

У першому випадку йдеться про друковані (газети, журнали, книжки, плакати, листівки) або електронні (телебачення, радіо, інтернет, мобільний зв'язок) засоби масової комунікації.

У другому випадку мають на увазі комунікативні можливості урядових організацій, політичних партій, суспільних організацій, рухів, груп тиску і т. ін. Останні використовуються як двосторонні ланцюги обміну політичною інформацією між правителями та підлеглими громадянами.

Процес комунікації через неформальні контакти характеризується двома ступенями передавання інформації. Аудиторія сприймає інформа-

цію не безпосередньо від джерела інформації, а від лідерів громадської думки. Отже, перша хвиля переважно впливає на лідерів громадської думки, а друга вже поширюється від них. Отже, останні є по суті ретрансляторами. (Ім, до речі, довіряють більше, ніж мас-медіа, оскільки знають безпосередньо.)

І хоча спосіб неформальних контактів політичної комунікації був найефективнішим у примітивних суспільствах, людський чинник завжди буде одним із найважливіших, оскільки безпосереднє спілкування між людьми важко замінити чимось іншим.

Невід'ємною складовою формування, фіксації та самовідтворення ідентичності будь-якої нації та держави як соціокультурної й політичної спільноти є національно-державні символи та ідеали. Зрозуміло, що вони не можуть самовідтворюватися без безпосередньої реалізації комунікативним шляхом.

Символ є ідейною або ідейно-образною структурою. У широкому розумінні символ — це образ, у структурі якого предметний образ і зміст постають як нерозривні частини одного цілого.

Символи можна відображати графічно — у вигляді християнського хреста, герба, прапора, серпа й молота або таких людських постатей, як дядько Сем (США), Джон Булл (Великобританія), Маріанна (Франція).

Символами держави можуть бути меч, військо, поліція, або, скажімо, урядові будинки: Білий дім (США), Кремль (Росія), Єлисейський палац (Франція), президентський палац на Банковій (Україна) тощо.

Різноманітні символи мають велике значення в житті людей. З допомогою символів вони взаємодіють одне з одним, і в цьому плані символи є певними засобами регулювання соціальної поведінки. Це визначається насамперед тим, що будь-яка інформація, що сприймається суб'єктом, є певною сукупністю візуальних і звукових символів. І кожен суб'єкт розшифровує її зміст у формулах, що мають для нього певний сенс.

Кожен народ пошановує власні національно-державні символи, які створюються упродовж тривалого часу та базуються на давніх традиціях. Частина їх формується спонтанно, частина — запроваджується політичною елітою.

Центральне місце в системі політичної символіки, яка є, по суті, суб-системою політичної системи взагалі, посідають прапори, конституції, гімни, свята, грошові знаки, політичні ритуали (наприклад, процес інавгурації новообраного президента в США чи Україні) тощо. Останні є важливим компонентом «громадянської релігії», характерної для певного суспільства.

Завершеним і сконцентрованим втіленням ідеалів свободи і прав людини стала для американців (до речі, подарована їм французами) статуя Свободи, яка є символом «американської мрії», успіхів країни необмежених можливостей.

Виразником національного духу, чинником, що сприяє формуванню національної самосвідомості, та водночас символом країни можуть бути міста. Скажімо, Київ для більшості українців — це насамперед Президент, Верховна Рада, Кабінет міністрів, Києво-Печерська лавра та Софійський собор.

Символічним є також вибір назви національної грошової одиниці України — гривні. У контексті того, що в той час як Україна не мала власної державності, (Московське царство перебрало на себе, власне кажучи, українську назву держави — Русь), введення назви української грошової одиниці, тотожної назві грошової одиниці Київської Русі, є глибоко символічним актом. Він немовби перекидає місток психологічного зв'язку громадян українського суспільства з прашурами, чия держава була однією з наймогутніших у тодішній Європі.

Громадська думка формується насамперед під впливом мас-медіа. Зрозуміло, що політична, й особливо правляча, еліта намагається переконати більшість населення у правильності своїх дій і доцільності свого перебування при владі.

У цьому контексті виокремлюють **констатуючу** (нейтральну) та **спонукальну** (яка закликає до певних дій) політичну інформацію. **Спонукальна інформація**, у свою чергу, може бути спрямована на активізацію («підштовхування» до дій у певному напрямі) і дестабілізацію (руйнування політичних структур, норм і форм поведінки або діяльності).

Якщо подивитися на політичну інформацію з погляду засобів аргументації, то можна виокремити логічне та емоційне переконання.

Логічне переконання орієнтується на раціональну, доказову, наукову аргументацію.

Емоційне переконання покликане впливати на емоційний елемент людської психіки. Мета — змінюючи систему ціннісних орієнтацій особистості, примусити її діяти в заданому пропагандистами напрямі.

Політична інформація, що надходить до її споживача, може сприйматися повністю, частково (після внутрішньої «цензури») або не сприйматися взагалі.

У цьому контексті велику роль відіграє соціокультурна група, до якої належить (якщо належить) споживач інформації.

Напевно, варто назвати **особливості впливу соціокультурної групи на сприйняття політичної інформації індивідом**:

- особистий погляд споживача інформації перебуває під сильним впливом групи, до якої він належить або прагне належати;
- людина заохочується (або карається) за дотримання (або невиконання) групових стандартів;
- якщо думка «озвучена» в аудиторії, її важче змінити, ніж особистий погляд;
- групові дискусії та рішення сприяють послабленню внутрішнього опору певній думці;
- підтримка навіть однієї людини ослаблює тиск «групового мислення»;
- найортодоксальніші прихильники групи найменш готові до сприйняття інформації, яка суперечить її нормам;
- велике значення для успішного засвоєння інформації мають форма й особливості її подання (довіра до інформатора, враження від його об'єктивності та правдивості тощо).

Окрім того, варто звернути особливу увагу на адресність політичної інформації, її «упаковку» відповідно до споживачьких стандартів різних груп населення.

Якщо інформація подається «упакованою» в стандартні кліше (ідеологічні, мовно-культурні та ін.) цієї групи, ви отримаєте значно більше шансів на успішне засвоєння цієї інформації вищезгаданою групою.

Ось тут ми вже наблизилися до формулювання певних узагальнень щодо культури політичної комунікації.

Основні принципи політичної комунікації:

- пріоритетність якостей і цінностей цієї культури (ієрархія);
- рівні права усіх громадян на отримання інформації (демократія);
- наближеність до культури нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);
- урахування морально-етичних норм (мораль).

Характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначаються рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються їх цінностями й нормами. Але політична комунікація як засіб існування й передавання політичної культури саме й визначає рівень політичної культури суспільства, особливості функціонування політичної сфери суспільства.

Ви побачили в останній фразі ключове слово функція? Це не випадково.

Настав час назвати основні функції політичної комунікації:

- поширення ідейно-політичних цінностей, знань, політичної інформації;

- формування політичної свідомості;
- поширення норм політичної культури, здійснення політико-культурного обміну, розвиток політичної культури суб'єктів політики (індивідів, груп, політичних структур);
- інтеграція та регулювання політичних відносин;
- підготовка та сприяння громадськості до участі в політичній діяльності.

Насамкінець зазначимо, що політична комунікація має бути засобом координації суспільно-політичних інтересів на основі повного інформування, поваги до прав і свобод особистості, демократичної політичної культури та свободи мас-медіа від владних структур. Це ідеал, якого треба прагнути шляхом постійної та копіткої роботи.

7.2. Інформаційна влада та мас-медіа

Політична сфера суспільства, без сумніву, потребує найбільшою мірою, спеціальних засобів інформаційного обміну, встановлення та підтримки постійних зв'язків між суб'єктами політики.

Звичайно, економічна сфера суспільства також потребує інформаційних обмінів щодо цін, технологій, патентів, проте ці обміни не мають таких комунікаційних масштабів, бо основа функціонування економічної сфери — ринкове саморегулювання.

Природа політики потребує опосередкованих форм спілкування та спеціальних засобів комунікації між різними носіями влади, державою та громадянами.

Ми зазначали, що в демократичному, правовому суспільстві влада поділяється на законодавчу, виконавчу й судову. Це, безумовно, правильно. Однак глобальна інформатизація суспільства, широке впровадження нових інформаційних технологій (телебачення, комп'ютерних мереж, аудіо- та відеосистем) зробили актуальними розмови про інформаційну владу.

Інформаційна влада, на нашу думку, є здатністю власників інформації шляхом отримання, селекції, тлумачення, компонування та розповсюдження інформації впливати на формування суспільної свідомості, спонукати суб'єктів політики та економіки до дій у заданому напрямі [13].

Інформаційна влада може реалізовуватися через спеціалізовані засоби передавання інформації, які забезпечують єдність волі, цілісність і цілеспрямованість дій великої кількості людей.

Ці засоби називають мас-медіа, засобами масової комунікації (ЗМК).

ЗМК є спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію. До ЗМК належать друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі — усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію.

Оскільки йдеться про владний потенціал мас-медіа, неможливо обійтися без такого ключового поняття, як свобода преси.

З появою перших газет виникла проблема свободи преси, яка стає предметом полеміки, а згодом і загострюється у XVIII ст. у роки Французької буржуазної революції.

У ці часи була сформульована *демократична буржуазна концепція свободи преси*, яка ґрунтувалася на трьох основних тезах:

- відокремлення новин від коментарів;
- відкритість урядової інформації;
- відсутність цензури [28].

Свободу преси в сучасних умовах, напевно, варто розглядати як свободу діяльності ЗМК, оскільки поняття преси у XX ст. радикально змінилося.

Отже, свобода ЗМК є життєво необхідною умовою не лише для волевиявлення людьми своїх думок і прагнень. Без її реалізації годі й говорити про побудову громадянського суспільства, гарантування конституційності демократичного ладу [105].

У світі існують дві основні доктрини свободи ЗМК: західноєвропейська (на базі французької Декларації прав людини і громадянина) і північноамериканська (на базі американського «Білля про права»).

Звичайно, ці доктрини дуже осучаснилися, пройшовши шлях від ліберального максималізму до соціальної відповідальності [60;91]. Однак цей процес ще й досі не завершився. Свідченням цього є проблеми «папарацці» та «орал-гейт», що активно дискутувалися громадськістю після загибелі уельської принцеси Діани та скандального процесу Б. Клінтон — М. Левінські.

Щоправда, існує ще доктрина «свободи преси» — авторитарна, коли мас-медіа можуть говорити про те, що дозволяє влада (комунізм, націонал-соціалізм, радикал-конфесіоналізм). Проте це вже, певна річ, мало поєднується зі словом «свобода» взагалі [164].

Мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме ЗМК можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і включитися в політичну діяльність.

Для того щоб гарантувати можливість вільного отримання інформації, потрібно обмежити вплив влади на ЗМК, забезпечити контроль над їх діяльністю з боку суспільства [60;84;94].

Це можна зробити лише на основі розуміння *функцій* ЗМК:

- інформування громадян про найважливіші для них і влади події;
- освіти (доповнює діяльність спеціальних навчальних закладів — шкіл, технікумів, університетів, академій);
- критики й контролю, реалізація яких спирається на громадську думку та закон;
- артикуляції та інтеграції, що сприяє об'єднанню та згуртуванню суспільних інтересів, є умовою для формування впливової опозиції;
- мобілізації, що спонукає людей до певних політичних дій (або свідомої бездіяльності);
- інновації, що виявляється в ініціюванні політичних змін шляхом постановки важливих проблем перед владою й громадськістю;
- формування громадської думки з ключових питань суспільного життя;
- оперативну, що полягає в обслуговуванні ЗМК політики певних партій, громадських рухів, соціальних груп [131].

Як зазначалося, основними етапами інформаційного процесу є отримання, добір, тлумачення, коментування і розповсюдження інформації.

Одним із найважливіших засобів політичного впливу ЗМК є добір інформації.

Звичайно, тут спрацьовують як політичні симпатії власників і керівників ЗМК, так і ринкові критерії інформаційної політики мас-медіа.

Теми публікацій і передач добираються за певними принципами.

1. Важливість (справжня чи уявна) для громадян — загроза миру, тероризм, екологічна безпека, катастрофи.

2. Неординарність. Екстремальні події — війна, голод, злочини — домінують над явищами буденного життя. Звідси й схильність ЗМІ до негативізму та сенсацій.

3. Новизна фактів. Повідомлення про найновіші факти — досягнення в економіці, рівень безробіття, космічні проекти, нові політичні партії та ініціативи — завжди привертають увагу.

4. Політичний успіх. Ідеться про успіхи країн, партій, лідерів, результати виборів, рейтинги популярності, культ зірок — у політиці, спорті, культурі.

5. Високий суспільний статус. Що вищий статус джерела інформації, то більше в нього шансів прозвучати в ефірі чи бути надрукованим на

сторінках газети. Відповідно люди з еліти (особливо правлячої) мають більше шансів щодо доступу до ЗМК.

Мас-медіа можуть бути не тільки важливим засобом інформування населення. Досвід показує, що ЗМК активно використовуються владою для політичного маніпулювання.

А задля цього не тільки підтасовуються факти, замовчується інформація, поширюється брехня, а й застосовуються прийоми напів-правди, фрагментації в потрібному контексті інформації, навішуються ярлики [113;131].

І справді, скажімо, якщо людина веде збройну боротьбу за створення самостійної національної держави, її залежно від політичних симпатій можна назвати і терористом та сепаратистом, і партизаном та борцем за свободу. Якщо це наш, то «розвідник», якщо не наш, то «шпигун» і т. ін.

Трапляються і парадокси. Скажімо, комуністична пропаганда в СРСР називала Центральну Раду Української Народної Республіки «буржуазною», хоча більшість у ній мали українські соціал-демократи.

В основі таких підходів лежить використання методів соціальної міфології, яка активно впроваджується в суспільну свідомість, насамперед через мас-медіа.

Наприклад, *базовими міфами комуністичної системи* були такі:

- приватна власність як головне джерело соціального зла;
- неминучість краху капіталізму та перемоги комунізму;
- керівна роль пролетаріату та його комуністичної партії;
- єдине правильне соціальне вчення — марксизм-ленінізм.

Де ці міфи нині? Чи домінують вони? Крах так званого соціалістичного табору показав «хто є хто».

Так само і в західному світі не все гаразд. І там більш до вподоби не раціональне осмислення політики, а використання соціальних міфів.

Ось, наприклад, *базові міфи США* (за версією Г. Шиллера):

- про індивідуальну свободу і особистий вибір громадян;
- про нейтралітет найважливіших політичних інститутів — президента, конгресу, суду, ЗМК;
- про незмінно егоїстичну природу людини, її агресію та спожи-вацтво;
- про відсутність соціальних чи етнічних конфліктів;
- про плюралізм ЗМК та ін. [172].

Переконаний, ми ще станемо свідками руйнування цієї міфологічної системи (але це — тема для окремої розмови).

Насамкінець зазначимо, що мас-медіа можуть бути приватними, державними та суспільно-правовими.

Структура ЗМІ в цьому контексті в кожній країні може бути різною. Головне полягає в тому, щоб усі вони мали рівні права, а інформаційний простір не був надмірно монополізований. Лише тоді ми зможемо говорити про інформаційну владу як справді рівноправну четверту владу поряд із законодавчою, виконавчою та судовою. Звичайно, це ідеал. Але якщо не йти в цьому напрямі, ми обов'язково натрапимо на якийсь «...ізм». А так хочеться пожити в нормальному, правовому, демократичному суспільстві...

7.3. Мас-медіа і громадська думка

Масова комунікація пов'язана з видами діяльності на основі використання знаків і символів.

Ідеологеми, державна та політична символіка, правила етикету, мова жестів, дорожні знаки і т. ін. містять необхідну для соціалізації індивіда інформацію.

У сучасному світі роль засобів масової інформації постійно зростає. Нині вже нікого не здивуєш, назвавши мас-медіа четвертою владою (поряд із законодавчою, виконавчою та судовою).

У правовому демократичному суспільстві ці гілки влади мають бути незалежними, а розподіл влади повинен бути чітко виписаний в конституції країни. У протилежному разі виникають ситуації, коли гілки влади воюють одна з одною, використовуючи власні друковані органи. І сучасна історія України має чимало таких прикладів, коли парламентський «Голос України» обмінювався з «Урядовим кур'єром» різкими заявами прес-служб Верховної Ради та Президента України.

З науково-дослідницького погляду це можна назвати прикладами **горизонтальної політичної комунікації**, з погляду так званої традиційної демократії — нонсенсом, оскільки у розвинених країнах немає відомчої преси. А з погляду формування поваги пересічного громадянина до влади — взагалі безглуздя і недалекоглядністю, оскільки «пікірування» законодавчої та виконавчої гілок влади аж ніяк не сприяє зростанню довіри до влади взагалі, а підриває легітимний ґрунт держави й руйнує соціально-політичний баланс усередині суспільства.

Окрім горизонтальної політичної комунікації виокремлюють її вертикальний різновид.

Якщо в першому випадку мають на увазі процеси обміну інформацією на рівні «індивід — індивід», «суспільна група — суспільна група», «держава — держава» і т. ін., то **вертикальна політична комунікація** перед-

бачає інформаційні обміни між суб'єктами політики різної ваги: «держава — індивід», «суспільна група — держава» і т. ін.

Зрозуміло, що взаємний вплив різновагових суб'єктів політики в комунікативних процесах є різним. Його можна дослідити й оцінити через різні **концепції функціонування мас-медіа**, які домінували і домінують у різних періоди розвитку сучасної цивілізації в окремих суспільствах.

1. **Авторитарна концепція**, що сформувалася у XVI–XVII ст. і визначала основне покликання преси — підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі.

2. **«Правдива» концепція**, сформована наприкінці XVII ст. (праці Д. Мільтона, Дж. Локка, Д. Мілля). Вона ґрунтувалася на свободі волі та декларувала такі цілі преси: інформування, продаж, сприяння дозвіллю та контроль за діями уряду [119].

3. **Тоталітарна концепція**, що виникла наприкінці XIX ст. (В. Ленін), зміцнилась у першій половині XX ст. (Й. Сталін, А. Гітлер, Й. Геббельс, Мао Цзедун) і передбачала необхідність ведення ідеологічної боротьби з класовим ворогом [135].

4. **Концепція соціальної відповідальності преси** [28], яка утвердилась у середині XX ст. (Т. Петерсон, А. Катля, А. Каде та ін.) виходячи з таких цілей мас-медіа: інформування, продаж, сприяння дозвіллю та переведення конфліктів у план дискусії.

Виходячи з цього неповного переліку концепцій функціонування мас-медіа, читачі самі можуть оцінити, яка саме концепція є провідною в діяльності засобів масової інформації в Україні.

Нас же в цьому контексті цікавить проблема політичного маніпулювання, яким так полюбляє користуватися правляча політична еліта, нав'язуючи свої стереотипи масовій суспільній свідомості через засоби масової інформації.

Під політичним маніпулюванням ми розумітимемо приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людей в певних політичних інтересах.

Цей спосіб соціального управління має певні переваги порівняно із силовими адміністративно-правовими й економічними методами панування, оскільки здійснюється непомітно для об'єктів управління, не потребує значних матеріальних затрат і жертв для встановлення контролю над суспільством.

Технологія глобального, загальносуспільного маніпулювання ґрунтується на вже згадуваних раніше базових соціальних міфах, що втлумачуються в суспільну свідомість за допомогою таких *способів маніпулювання*:

- **брехня** — пряме, відверте підтасовування фактів і поширення брехні;
- **замовчування** — блокування правдивої інформації щодо діяльності того чи іншого суб'єкта політики, події і т. ін.;
- **напівправда** — препарування інформації, яка об'єктивно та ґрунтовно висвітлює малозначущі деталі й водночас замовчує важливі факти та (або) неправдиво інтерпретує події;
- **упровадження іміджів і кліше** — укорінення в суспільну свідомість бажаних для правлячої еліти стереотипів щодо тих чи інших суб'єктів політики, ідеологічних доктрин, окремих подій та фактів;
- **навішування ярликів** — бездоказове нав'язування суспільству негативних (з погляду більшості) оцінних категорій з метою компрометації певних суб'єктів політики (партій, суспільно-політичних рухів, індивідів) на кшталт «імперіаліст», «націоналіст», «фашист», «шовініст», «антисеміт» тощо.

Звичайно вплив правлячої еліти на формування громадської думки за допомогою мас-медіа може бути досить ефективним.

Це можна дослідити під час проведення виборчих кампаній, коли іміджмейкери використовують безліч маніпуляційних прийомів, аби переконати громадян у тому, що їхній кандидат у президенти, депутати чи мери — найкращий.

Один із таких прийомів — «спіраль замовчування», коли за допомогою сфабрикованих опитувань громадської думки або вибірково інтерпретованих результатів реальних опитувань мас-медіа намагаються переконати громадськість у підтримці більшістю того чи іншого політика. На фоні замовчування реального рейтингу опонентів голос так званої більшості роблять дедалі сильнішим. Відтак ті, хто ще не визначився у своїх політичних симпатіях, поволі схиляються до думки приєднатися до більшості, не бажаючи опинитись у соціально-психологічній ізоляції.

Використовуються й інші можливості політичної реклами, наприклад за допомогою всіляких шоу-заходів і сучасних PR-технологій нікому не відомих кандидатів «розкручують» у політичних лідерів.

Однак є певні обмеження об'єктивного та суб'єктивного характеру щодо політичного маніпулювання, які не дозволяють повністю перетворити вільний вибір громадян на формальний акт, запрограмований іміджмейкерами.

Згадаймо часи тоталітарної пропаганди в Радянському Союзі, коли вся пропагандистська машина була запрограмована на формування

«гвинтиків» і бездушних соціальних роботів. Проте одночасно з офіційною політичною культурою розвивалася альтернативна контркультура андеграунду.

Чим же визначаються обмеження політичного маніпулювання?

Передусім ментальністю та політичною культурою суспільства, які хоча й не є застиглими, проте й не такими динамічними, як би того хотілося соціальним технологам (у нашому випадку — маніпуляторам).

Крім того, варто згадати й системи комунікації, які навіть у тоталітарних суспільствах перебувають поза межами контролю влади: сім'я, родичі, знайомі, друзі, колеги по роботі, дозвіллю, хобі і т. ін.

Важливим чинником обмеження можливостей політичного маніпулювання з боку правлячої еліти є суспільний контроль за інформаційною владою.

Найважливішим принципом демократичної організації мас-медіа є плюралізм влади в суспільстві та плюралізм власне ЗМК.

Сучасний політичний досвід свідчить, що плюралізм мас-медіа може ґрунтуватися на таких *формах організації ЗМК*:

- **комерційний**, коли ЗМК перебувають у приватній власності й фінансуються за рахунок доходів від реклами і пожертв (США);
- **державний**, коли ЗМК належать державі, прямо фінансуються та контролюються нею (колишній СРСР, Китай, нинішня Франція);
- **суспільно-правовий**, коли ЗМК фінансуються переважно за рахунок спеціального податку, мають юридичні права та органи самоврядування, але загалом контролюються суспільними радами (телебачення та радіо в Німеччині) тощо.

Зрозуміло, що ідеальних форм організації ЗМК не існує. Очевидно, раціональним є оптимальне співвідношення різних форм залежно від особливостей певної країни, звичайно, у поєднанні з ефективним контролем за діяльністю ЗМК, здійснюваним на правових засадах.

У більшості країн світу є спеціальні органи загального контролю за ЗМІ, які стежать за виконанням етичних і правових норм, прийнятих у цьому суспільстві.

Наприклад, у Франції такою організацією є Вища рада по аудіовізуальній комунікації, яка не лише контролює державні й приватні телерадіокомпанії, а й видає їм державні ліцензії на право виходу в ефір.

У Великобританії загальні напрями діяльності телебачення й радіо визначають уряд і парламент, а за дотриманням етичних норм стежить спеціальна комісія з самоконтролю.

В Україні питаннями видачі ліцензії та контролю за дотриманням умов телерадіомовлення займається Національна рада з телебачення та

радіомовлення, яка на паритетних засадах формується Верховною Радою та Президентом України і затверджується на сесії парламенту.

Насамкінець звернемо увагу й на педагогічні та виховні функції системи мас-медіа, яка покликана сприяти формуванню свідомих громадян і домагатися масової підтримки політики соціальних перетворень у межах конституційного процесу побудови демократичної правової соціальної держави.

7.4. Мас-медіа як провідний інститут громадянського суспільства

Однією з істотних умов формування громадянського суспільства, його політичного й інституціонального структурування є відповідне інформаційне забезпечення подібного процесу, тому що саме інформація є основним джерелом енергії розвитку суспільства.

Найзначнішим показником успіху в цьому напрямі є формування та інституціоналізація засобів інфокомунікації. Технологічні досягнення сучасного інформаційного суспільства створили принципово нову ситуацію в політичному спілкуванні.

Індустріалізація й урбанізація суспільства, руйнування традиційних комунікацій і колективних цінностей, бурхливий зріст індивідуалізму привели до автономізації громадян, переважна більшість яких сьогодні одержує політичну і соціальну інформацію майже виключно від електронних ЗМІ і головним чином — телебачення.

Сучасна людина на відміну від своїх предків дуже рідко знаходить можливість для звичайного спілкування і тим більше політичних комунікацій з оточуючими людьми, а часто навіть не знає сусідів. Усе це робить її поведінку досить залежним від мас-медіа.

Одночасно ці нові чинники, обстановка постіндустріального чи інформаційного суспільства вносять важливі зміни у вже сформовані структури і відносини громадянського суспільства там, де воно існує не перше десятиліття, — у розвинутих західних країнах.

Аналіз політичної теорії, теорії демократії свідчить про позитивну взаємозалежність між стійкістю, цілісністю демократичного процесу, з одного боку, і здатністю громадян формувати добровільні суспільні асоціації, що поєднують людей навколо загальних цілей і сприяють активному залученню до розв'язання суспільно-політичних проблем — з іншого. За справедливим зауваженням *Р.Дала*, демократія вимагає свободи вираження, яка необхідна, щоб громадяни могли ефективно брати участь у

політичному житті. Для того щоб прислухатися до думки інших, зрозуміти її, насамперед необхідно, щоб цю думку можна було почути [56, с.96].

Якщо ж усі джерела інформації контролюються урядом, то як у цьому випадку громадяни зможуть одержати відомості, необхідні їм для розуміння тих чи інших питань? Тому умовою формування громадянського суспільства, його розвитку і функціонування є альтернативні джерела інформації, які не перебувають під контролем уряду і не служать інтересам якоїсь однієї групи.

Наймогутніший із ЗМК — телебачення, породжене, здавалося б, для зміцнення і збагачення тканини громадянського суспільства, обертається чинником підриву комунікації (тобто спілкування, контакту між людьми) і знаряддям, здатним завдати тяжких втрат громадянському суспільству.

Цей факт має стати застереженням для сучасної України. Громадянське суспільство в нашій країні перебуває ще на етапі становлення, а результати соціологічних опитувань уже фіксують стійку позицію «мільних» серіалів у верхній частині стовпчика відповідей на запитання про найважливішу подію останнього тижня.

За оцінками багатьох дослідників означеної проблеми, ці ЗМК не повною мірою відповідають потребам, очікуванням, ціннісним орієнтаціям, загальному рівню культури дорослого населення України. Зокрема, заслуговує на дорікання низький професійний рівень багатьох програм телебачення і радіо.

Також слід зауважити, що значна кількість авторів програм відрізняються заангажованістю, наслідком чого стала відсутність різнобічності і плюралізму у висвітленні соціально-політичного життя українського суспільства. Як відомо, західні стандарти передбачають неупередженість ЗМК.

Системна еволюція українського суспільства неминуче структурує медіапростір відповідно до напрямів формування соціальних інститутів. Нинішні ЗМК набувають ознак незалежних складових громадянського суспільства, їх інституціональні характеристики пов'язані з усуненням моноідеологічної цензури, що наочно свідчить про трансформацію масової комунікації з моноістилістичної у поліістилістичну.

Цей процес часто пов'язують із трансформацією комунікативної сфери переважно на рівні організаційно-структурних змін, передовсім із роздержавленням преси, вбачаючи в цьому правову основу поняття незалежної преси.

Власне, під роздержавленням ЗМК мається на увазі законодавче врегульований перехід прав засновника (власника) засобу інформації, а

також прав контролю, управління і розпорядження ним у будь-якій формі від органів державної влади, а також підприємств, установ та організацій з державною часткою фінансування до недержавних суб'єктів та інституцій.

В сучасній Україні активну (може й занадто активну) участь у процесі розвитку та змін у функціонуванні ЗМК бере приватний капітал, власники якого розуміють роль і значення мас-медіа у громадському суспільстві. Саме приватний капітал стає засновником, видавцем багатьох мас-медіа в різних регіонах України, намагається підтримувати та створювати недержавні ЗМК, активно вивчати громадську думку, цілеспрямовано використовувати політичний маркетинг. У цих умовах мас-медіа стають вагомим інститутом громадянського суспільства України.

Таким чином, **суттєвою ознакою інституціоналізації мас-медіа доречно вважати набуття ними автономного статусу.** Найхарактернішими для сучасних мас-медіа в Україні стали процеси приватизації та комерціалізації преси. Сучасні ЗМК функціонують за законами «інформаційного ринку», особливо це стосується недержавної комунікації.

В результаті змінюється типологія мас-медіа, що суттєво впливає на формування громадської думки, розширюється ареал впливу на складові суспільства та політичної системи.

Передовсім **декларується пріоритет політичної заангажованості преси, яка артикулюється двома способами:**

- прямий прояв політичної, партійної, фінансової та іншої структурної незалежності медіа-представника, коли у вихідних даних зазначаються конкретні засновники та видавці;
- непрямий прояв своєї залежності, коли зазначені у вихідних даних організації структури залишаються латентними і лише аналітико-синтетична критика джерел дасть змогу виявити політичні, кланові складові заангажованості конкретного медіа-представника.

Наступною ознакою інституціоналізації мас-медіа доцільно вважати набуття ними можливості структурованого впливу на аудиторію з метою формування електоральної поведінки. При цьому сам процес структуризації преси відбувається на тлі недержавного сектору суспільного буття. Ця тенденція зумовлює істотну розмаїтість ставлення аудиторії до функціонування преси залежно від усталених думок, системи цінностей учасників комунікативного процесу. Саме тому не варто перебільшувати значення процесу роздержавлення ЗМК як однієї з передумов формування преси як Інституту громадянського суспільства.

Дж. Кін слушно зауважив: «...давно минув час, коли можна було приймати на віру тезу, що ринкова конкуренція забезпечує свободу кому-

нікації... Сьогодні ситуація протилежна: друзі «свободи друку» мусять збагнути, що саме ринок комунікацій обмежує свободу комунікацій. Коротше кажучи, з цього випливає глибинна суперечність між свободою комунікації та необмеженою свободою ринку». [84, с.102].

Об'єктивна потреба у формуванні інституту преси як складової громадського суспільства дозволяє конкретизувати подальший розгляд цього питання в частині законодавчого забезпечення зміцнення інституту незалежної преси. Проте реальний стан із свободою слова в інформаційному просторі держави розкриває доволі умовну незалежність преси.

Прагнення вплинути на цю ситуацію лише через виписану в законі процедуру зміни власника спрощує цю проблему і не відповідає реаліям суспільного життя.

З метою реалізації інформаційних потреб суспільства журналістика звертається до висвітлення явищ та проблем усього соціуму. В такий спосіб преса охоплює різні галузі управління державними справами, а також впливає на діяльність інститутів громадянського суспільства.

Виходячи з концепції суверенітету народу та формування на цій основі народної демократії видається логічним зробити висновок про те, що вся сукупність ЗМІ — це народна журналістика. Відповідно її покликання — реалізувати волю та владу народу.

На думку *Дж. Мерріла*, здоровою є «журналістика, що спирається на народ» і тому зобов'язана «публікувати матеріали, які об'єднують людей, а не роз'єднують», давати громадянам «те, що потрібне їм, а не те, що журналісти думають, що їм потрібно» [60, с.256].

Зміна політичного режиму в українському суспільстві створила якісно інші соціально-політичні передумови для діяльності новостворених політичних партій та громадських організацій. Представницька демократія дозволила їм не тільки відбивати інтереси конкретних соціальних прошарків, а й репрезентувати їх у інститутах політичної системи. Таким чином, *окреслилися комунікаційні зв'язки політичних партій та громадських організацій із соціальними групами*, які вимагають відстоювання власних соціальних інтересів. Нинішня ситуація свідчить про інформаційну концентрацію соціальних інтересів.

Продуктивність соціального діалогу в трикутнику ЗМІ — інші інститути громадянського суспільства — державні структури багато у чому залежить від реалізації органічної для народної журналістики ролі публічного контролера діяльності соціальних інститутів (державних та недержавних), посадових осіб, представників політичної еліти українського суспільства. Виконання такої функції засобами преси реалізується переважно методом журналістського розслідування.

Суть цієї діяльності доволі красномовно висловив *Дж. Робертс*, який зауважив, що «мета журналістського розслідування полягає не в тому, щоб зненацька впіймати політика у непристойній ситуації чи виявити окреме порушення закону, а в тому, щоб віднайти глибоко приховані факти та допомогти читачеві в усвідомленні того, що відбувається в нашому складному світі» [156, с.105].

Інформаційна реакція на журналістське розслідування у формі публічної відповіді на питання, що порушені представником соціуму — журналістикою, підвищує авторитет владних структур та довіру до журналістики як інституту громадянського суспільства. Навпаки, ігнорування виступів преси згубне для авторитету тих, хто не зважає на ЗМК, позбавляє їх суспільної підтримки. Це неминуче позначається, зокрема, на долі партій, на результатах виборів.

Такою є сила суспільної думки, акумульованої та проголошеної через мас-медіа. Отже, нормативне закріплення правил реакції на виступи ЗМК видається необхідним згідно з демократичними правами та свободами, визначеними в Конституції України.

Розглядаючи роль громадської думки в громадянському суспільстві, *Дж. Ваттімо* кваліфікує її як продукт механізмів інформації і соціальної комунікації, що є явищем природним [32, с.20].

Переважно ця теза має реальне підґрунтя в демократичних країнах із розвинутими складовими громадянського суспільства, коли громадська думка усвідомлюється як консолідоване ставлення переважної частини суспільства до конкретних фактів дійсності.

Проте в багатьох випадках громадська думка виявляється на практиці вирішальною лише тоді, коли відповідає певним інтересам суб'єктів політичної діяльності, насамперед, політичних блоків і партій, які справляють постійний вплив на державу і формують урядову політику. В українському соціумі партії ще не набули ознак генератора соціальних інтересів, можливо, через те, що не опанували ЗМК у той спосіб, коли преса об'єднує інтереси партійних функціонерів і їх виборців.

З огляду на це важливим є питання про комунікаційні зв'язки преси з інститутами державної влади. В принципі вони є рівними, оскільки кожний суб'єкт відносин представляє одну з рівноправних форм демократії: преса — безпосередню, а три державних — представницьку. При нормальному функціонуванні суспільного організму ці відносини не можуть бути іншими, ніж партнерськими, що, зрозуміло, не виключає, а припускає і контроль з боку ЗМК, критику політики і дій влад, а також підтримку організованих ними кроків — все залежить від того, яки-

ми є результати моніторингу та аналізу, публічного обговорення проблем у ЗМІ.

Намагання влади посісти місце панівного суб'єкта політичної системи і вплинути на провідний за своїми мас-медійними можливостями інститут громадянського суспільства, яким є преса, викликає відповідно до законів політичної комунікації зворотню реакціює у формі тиску мас-медійних структур на владні інституції.

В Україні доволі прозоро виокремлені групи медіа-представників, які чинять активний тиск на владу. Практика функціонування демократичних режимів свідчить, що важливою складовою демократизації суспільства є активна участь преси у прийнятті владних рішень. Водночас взаємозв'язок роботи влади і мас-медіа в системі соціальних інститутів не має одновекторного спрямування.

Це зумовлено природою ЗМІ, особливостями їх функціонування з урахуванням внутрішніх і зовнішніх впливів, значною мірою — механізмом прийняття рішень в ешелонах влади.

У мас-медіа формування груп тиску відбувається за рахунок ситуативної консолідації ЗМК, що віддзеркалюють інтереси різних соціальних прошарків.

Механізм тиску преси на владні структури реалізується таким чином:

- через оцінки в пресі моральних, особистих, ділових якостей об'єкта впливу, його діяльності, рішень, які він приймає;
- шляхом акумулювання інформації оцінного характеру з метою зміни дій об'єкта тиску до рівня системи цінностей, що його пропонують конкретні ЗМІ.
- Завдяки використанню порівняльної моделі дій представників влади.

Для реалізації зазначеного механізму тиску на владні структури преса використовує максимально можливий інформаційний ресурс, оскільки неодмінною умовою ефективного впливу на владу має бути адекватний їй механізм одержання, опрацювання, аналізу, збереження і поширення інформації.

У цьому плані важливим чинником стає інформаційно-комунікаційна політика на міжнародному рівні, передовсім у частині використання джерельної бази, що містить оцінки дій українського політикуму, в тому числі і за кордоном. Адже ЗМІ, які ведуть відкритий діалог, є свого роду об'єднуючим осередком різних сил, що беруть у ньому участь.

Тут здійснюється процес комунікації з усіма іншими учасниками діалогу, їх позиціями і пропозиціями, аргументами і контраргументами, причому без вилучень, замовчувань, перекручень, нехай і мимовільних,

але практично неминучих для ЗМІ, що представляють інтереси окремих груп і партій, саме в силу їх ангажованості, задіяності на боці однієї з сил.

Окрім того, під час діалогу важливо врахувати всі складові позиції кожної сили, що втручається в конфлікт, чого часто не можуть робити репрезентанти точки зору лідерів думок.

Водночас треба взяти до уваги важливість права голосу в ЗМІ тих, хто надає дискусії характеру масовості, широкої участі громадськості в соціальному діалозі засобами преси.

Отже, суспільству необхідні ЗМІ, принципово орієнтовані на «відкритий діалог» і, головне, здатні вести його конструктивно й ефективно. Сутність позиції таких ЗМІ полягає у здатності брати участь у соціальному діалозі з позицій, максимально наближених до загальнонаціональних, загальнолюдських цінностей завдяки прагненню врахувати інтереси всіх сторін у конфлікті і знайти прийнятне рішення.

Якщо це так, то, очевидно, набуває ваги роль журналістики як «незалежного» соціального експерта і дистанційованої від держави «четвертої влади» у створенні конструктивних умов для центризму з метою формування могутніх соціальних шарів, їх ідеології та організації як складових громадянського суспільства.

У практиці неважко виявити деякі норми, що стосуються реакції державних інститутів на виступи ЗМІ. Водночас потрібні додаткові зусилля в напрямі формування системи юридичних норм, що фіксують місце «четвертої влади» в суспільстві. Однак проблема легітимації, зрозуміло, набагато ширша і складніша.

Докладне обговорення її необхідно, і зробити це варто в дослідженні про норми діяльності мас-медіа при характеристиці категорій обов'язку, прав та відповідальності ЗМК як «четвертої влади» та фіксації описаних норм у законодавстві, етичних кодексах, правилах поведінки та взаємовідносин журналістських інституцій у громадянському суспільстві.

Отже, видається очевидним, що журналістика відповідно до своєї природи має специфічну різноманітну систему владних повноважень, що саме по собі дає підстави говорити про неї як вагому складову громадянського суспільства. Однак для того, щоб ці її повноваження здатні були проявитися точно, зосереджено і повною мірою, необхідно знайти шляхи і засоби розв'язання тих проблем, які накреслені. І від характеру теоретичного вирішення їх, закріплення в нормативно-правових документах, а потім і від просування цих норм в усвідомлену практику діяльності ЗМІ залежить успіх їх діяльності в умовах діалогової демократії XXI століття.

7.5. PR суспільних організацій в системі масових комунікацій

Паблік рилейшнз (PR) є, безперечно, феноменом сучасного суспільства, який на підставі високорозвинених інформаційно-комунікаційних технологій створює принципово нові можливості інформаційного контролю та впливу на суспільну свідомість.

Сам термін зародився ще в XIX ст. Зокрема автор Декларації незалежності і згодом президент США Т. Джефферсон у своєму «Сьомому посланні до конгресу» акцентував на тому, що без цілеспрямованих конструктивних відносин з громадськістю демократія є неможливою або принаймні важкою для реалізації. Політик мав рацію. Вже на початку наступного століття один з успішних PR-менеджерів Е. Бернейс свідчив, що у 30-х роках XX ст. термін «public relations» використовувався для означення «дій заради суспільного блага» [113, с. 12].

Етимологія цього поняття (існує понад 500 визначень) звичайно, не може не цікавити, але найбільше нас цікавить інституалізація і професіоналізація цього виду людської діяльності.

В цьому контексті варто згадати Римського Папу Урбана VIII, який не вживаючи терміну паблік рилейшнз як такого дуже добре розумів важливість інформаційно-комунікаційної діяльності у сфері боротьби за душі пастви. Розумів аж настільки, що заснував конгрегацію пропаганди (1633), яка, по суті, займалася зв'язками з громадськістю в сучасному розумінні цього терміна.

Якщо відкинути формально-правові аспекти існування теологічної держави Ватикан, можна сміливо стверджувати, що *католицька церква як глобальна суспільна (релігійна) організація була першою, що створила інформаційно-комунікаційну службу, а першими PR-щиками були професійні монахи-пропагандисти.*

То ж чи варто дивуватися, що на початку XXI століття Ватикан використовує мобільні телефони для масової розсилки основних тез проповідей свого релігійно-державного лідера?

Але ця «перша ластівка не створила весни». Довелося почекати аж до XIX ст., яке ознаменувалося появою подібних структур у державних і комерційних організаціях та установах. Отже, консервативна по своїй суті громадська релігійна організація виявилася навпрочуд модерною як для свого часу! І не тільки для нього!

Процес пішов. Майже водночас і в різних країнах.

Наприклад, Британське Казначейство (1809) та Британська поштово-служба (1854) запроваджують посади прес-секретарів. У Німеччині

фірма Круппа (1893) та міська влада Магдебурга (1906) створюють відповідно спеціальний відділ по роботі з пресою та міську прес-агенцію. У США Гарвардський університет створює бюро пабліситі (1900), Пенсільванський університет (1904) — офіс пабліситі, а Айвер Л. Лі — першу службу PR (1903).

Поступово PR стає важливим елементом громадянського суспільства. Створюється перший спеціальний інститут PR у Великобританії (1948), «Суспільство PR» у США (1948), Міжнародна асоціація PR (International Public Relation Association (1955), яка об'єднує нині фахівців з 65 країн світу.

Історія PR як організованої форми діяльності свідчить, що без підготовки кадрів відповідної кваліфікації розвиток цієї сфери суттєво гальмується.

Тому й не дивно, що 1965 р. вже в 14 університетах США присуджувалися бакалаврські ступені, а нині вже більше двохсот американських університетів і коледжів готують фахівців з цієї спеціальності.

Зрозуміло, що підготовка такої кількості фахівців викликана наявністю відповідної кількості робочих місць. Наприклад у США PR-консалтингом займається більше 500 компаній, а обслуговують цей вид діяльності понад 250 тисяч рекламистів, більш як 130 тисяч журналістів і майже 10 тисяч фахівців з комунікацій [12].

Знаючи, що досить багато людей займається цією справою, варто детальніше зупинитися на суті зазначеної діяльності. Але, *на нашу думку, потрібно використовувати поняття не «зв'язки з громадськістю», а «громадські зв'язки»*, якщо передбачати рівноправність суб'єктів комунікації у глобальному сенсі.

В цьому випадку **будемо розуміти під громадськими зв'язками комунікаційні зв'язки між:**

- суб'єктами громадянського суспільства;
- суб'єктами держави і громадянського суспільства;
- суб'єктами держави.

Найпоширеніші нині варіанти використання терміна паблік релейшнз пов'язані з активною роллю суб'єкта, який намагається покращити свій імідж. І тоді громадськість розглядається як об'єкт впливу і маніпуляцій, а власне комунікаційний процес — як несиметричний процес передачі інформації з переважанням інтенсивності передачі інформації від суб'єкта до об'єкта комунікації. Навіть якщо інформація деякою мірою і надходить у зворотному порядку.

Якщо ж інформація передається тільки в одному напрямку, тут, очевидно, втрачає сенс використання як терміна «громадські зв'язки», так і

терміна «зв'язки з громадськістю», оскільки ключова функція власне «зв'язку» попросту зникає.

Відповідно до усталених у науковому товаристві підходів до цього терміна (з акцентом на «зв'язки з громадськістю»), на думку *Д. Ольшанського*, під **паблік рилейшнз** розуміють спеціалізовану діяльність відповідних підрозділів державних, корпоративних, політичних, громадських, економічних та інших структур, спрямовану на посилення відкритості, взаємної інформованості і створення ілюзії взаємозалежності між структурами, які здійснюють PR, і суспільством, населенням, групами людей, на яких спрямована ця діяльність [113, с. 400].

На відміну від попереднього автора, *Г. Почепцов* вважає **паблік рилейшнз** наукою, що займається організацією комунікаційного простору сучасного суспільства [133, с. 28].

Очевидно, не зовсім праві і *Д. Ольшанський*, який відмовляє в існуванні науці паблік рилейшнз взагалі (себто, це виключно діяльність) і *Г. Почепцов*, який вважає, що ця наука займається організацією комунікаційного простору (наука досліджує, вивчає, аналізує тощо, але аж ніяк не організує).

На нашу думку, паблік рилейшнз треба розглядати як:

1. Царину наукових знань, що досліджує інформаційно-комунікаційну сферу суспільства в контексті контролю та маніпулятивного управління суспільною свідомістю.

2. Спеціалізовану галузь менеджменту інформаційно-комунікаційної сфери суспільства, яка спрямована на організацію і відносну гармонізацію комунікаційних зв'язків у суспільстві з метою підвищення ефективності функціонування інститутів держави і громадянського суспільства.

Певною мірою можна стверджувати, що як наука паблік рилейшнз ще перебуває в стадії становлення і накопичення технологічного і практичного досвіду. Водночас, спираючись на розробки психології (психології масових комунікацій та політичної психології), політології, соціології, інформатики (прикладної та соціальної), маркетингу, лінгвістики, семіотики, журналістики, герменевтики, віртуалістики та інших суспільних наук, паблік рилейшнз вже має свій об'єкт і предмет дослідження і певне методологічне та методичне підґрунтя.

Насправді паблік рилейшнз пов'язані із соціальною комунікацією, є масовими за масштабами, завданнями та способами поширення за допомогою ЗМК.

Рівночасно міжособистісні механізми впливу на людей дають певні підстави вважати PR видом маркетингової комунікації.

Проте в психологічному плані, на відміну від комерційної реклами та інших видів маркетингової комунікації, PR практично не користується методами прямого впливу на психіку людей.

До того ж на рівні нюансів PR створює такий контекст, який підштовхує людей до думок в необхідному напрямі. Це дозволяє простіше проходити бар'єри психологічного захисту без використання прямого впливу і переконання.

Залежно від інтелектуального рівня об'єктів паблік рилейшнз можна виокремити такі рівні PR-впливу:

I рівень (відносно несамотійно мислячі люди — більшість), коли не потрібно вживати методів особливо тонкого впливу, і елементарний бізнесовий PR наближається до реклами, а політичний — до пропаганди;

II рівень (лідери думок), коли використовується опосередкований PR, який діє хитро і замасковано;

III рівень (еліта), коли використовується тонкий, рафінований PR, що діє дуже м'яко, напівнятяками, і навіть не твердженнями, а запитаннями і роздумами.

Об'єднує всі ці рівні один психологічний підхід: людина під впливом PR все робить сама.

І це зовнішньо виглядає як м'який засіб переконання, що має наслідком досить жорсткий спосіб впливу, оскільки людині здається, що вона сама ухвалює рішення і сама ж несе за нього відповідальність.

Якщо порівнювати PR і журналістику, то можна відзначити, що журналістика описує події, а PR їх створює. Зрозуміло, що згодом PR-акції знаходять кероване висвітлення в засобах масової комунікації.

Основний продукт масової комунікації — віртуальна реальність, яка складається з природних і штучно сконструйованих іміджів. Але не можна ототожнювати іміджмейкінг і PR.

Іміджмейкінг, на думку Д. Ольшанського, є процесом створення певного «матеріалу», а PR — управління каналами поширення таких матеріалів [113, с. 417].

Як наслідок, можна говорити про PR як опосередковане управління засобами масової комунікації, а відтак — й іміджами.

При цьому найефективніший варіант такої діяльності полягає не стільки в корегуванні існуючих іміджів (в кращий або гірший бік), скільки за рахунок фонових маніпуляцій (візуальних чи аудіальних).

Керуючи засобами масової комунікації шляхом маніпуляції семантичним простором («соціалізм», «комунізм», «глобалізм», «демократія», «патріотизм», «антисемітизм», «націоналізм» тощо PR використовує різноманітні технологічні і технічні прийоми.

Серед них маніпуляція «порядком денним» (робочій день президента), «розкрутка теми», «задушення теми», «вигідні контексти» та ін.

Остання маніпулятивна технологія є найнебезпечнішою, оскільки на основі створення вигідних контекстів (понять, образів, уяв) на рівні підсвідомості, свідомість згодом сама буде «додумувати» те, що підкаже підсвідомість.

PR є невід'ємною складовою сучасної інформаційно-комунікаційної сфери суспільства, що глобалізується і набуває рис віртуальної реальності. Остання ж потребує систематичної роботи із засобами масової комунікації.

Ми навмисно не «розводили» проблеми здійснення комунікацій між структурами громадянського суспільства і держави, між ними і громадянами і т.ін. Вся справа полягає в тому, що з точки зору інформаційно-комунікаційного менеджменту та його невід'ємної частини, що зветься паблік рилейшнз, не має принципово технологічного значення, кому конструюється і «ставиться» в суспільній свідомості імідж: президенту, парламенту, професійній асоціації політологів або об'єднанню бджолярів. Тим більше, що ми говоримо про необхідність здійснення партнерських комунікацій між структурами та елементами держави і громадянського суспільства. Якщо вже – рівність, так – рівність!

Розділ 8

Інформаційно-комунікаційний менеджмент суспільних організацій

8.1. Поняття і види інформаційно-комунікаційного менеджменту

Комунікація та інформація мають надзвичайно важливе значення в житті суспільства. Особливої ваги вони набувають у суспільстві, що глобалізується. Останнє характеризується воістину революційним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, які використовуються на всіх рівнях, у всіх сферах, галузях, територіальних і часових просторах управління.

Якщо виходити з розуміння менеджменту як загальної і головної функції суспільства (і в секторі держави, і в секторі громадянського суспільства), цілком слушним, зокрема, виглядає розгляд **управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства на таких рівнях:**

- *глобальний менеджмент* (рівень управління глобальною державою та глобальним громадянським суспільством);
- *цивілізаційно-територіальний менеджмент* (рівень управління сукупністю держав-націй та національних моделей громадянського суспільства, об'єднаних спільними цивілізаційними ознаками — західна, православна, ісламська, конфуціанська, індуїстська, буддистська, африканська, латиноамериканська, японська цивілізації);
- *державно-національний менеджмент* (рівень управління державою-нацією та національною моделлю громадянського суспільства, більш поширений під назвою «державне управління» («Public Administration») та «державна політика» («Public Policy»);
- *регіональний менеджмент* (рівень управління територіями та регіональними громадськими організаціями, які мають спільні економічні, соціальні, екологічні, етнічні та інші інтереси, кордони яких можуть не збігатися з державними кордонами);
- *локальний менеджмент* (рівень місцевого управління та самоврядування міста, селищної, сільської ради та відповідних громадських організацій).

Такий підхід є цілком виправданим, оскільки структури глобального громадянського суспільства (так само, як і структури глобальної держави)

функціонують на глобальному, цивілізаційно-територіальному, національному, регіональному і локальному рівнях.

З огляду на реалії функціонування різних сфер суспільства варто звернути увагу на інформаційно-комунікаційні аспекти таких сфер менеджменту:

- *правовий менеджмент* (забезпечує правове регулювання суспільного життя через діяльність органів держави, що ухвалюють закони, постанови та інші правові акти);
- *економічний менеджмент* (регулює економічну сферу суспільства, детермінує економічні інтереси, економічні відносини, економічну роль держави);
- *соціальний менеджмент* (полягає в регулюванні соціальної сфери суспільства, узгодженні соціальних відносин, інтересів і потреб особистостей, соціальних груп тощо);
- *політичний менеджмент* (передбачає регулювання політичної сфери суспільства, гармонізує політичні відносини, інтереси і потреби суб'єктів політики);
- *гуманітарний менеджмент* (спрямований на забезпечення прав людей в культурній, етнонаціональній, освітній, науковій та інших видах діяльності).

З точки зору ієрархічно-регулятивного рівня управління (правового статусу рішень, сфери охоплення та наслідків управлінських впливів) виокремлюють:

- *суспільний менеджмент* (поширюється на всю суспільну сферу шляхом ухвалення і реалізації виконання Конституції, законів, постанов та ін., а також методів соціально-психологічного впливу);
- *адміністративний менеджмент* (охоплює своїм впливом регіонально-адміністративний чи галузевий об'єкт управління шляхом ухвалення і реалізації адміністративно-правових рішень);
- *менеджмент організацій* (забезпечує управління і регламентацію діяльності організації нормативно-правовими та соціально-психологічними методами).

Беручи за основу час дії і наслідки реалізації управлінських впливів, варто назвати:

- *стратегічний менеджмент* (спрямований на здійснення довготермінових планів розвитку суспільства, країни, організації);
- *операційний менеджмент* (пов'язаний з вирішенням поточних справ — щоправда в межах загальної стратегії);
- *технічний менеджмент* (забезпечує управління безпосередньо матеріальними ресурсами, потоками, інструментарієм, які необхідні для реалізації поставлених завдань).

З точки зору на існуючі освітньо-кваліфікаційні рівні підготовки менеджерів, очевидно, правильно було б використовувати магістрів менеджменту на стратегічному рівні, бакалаврів — на рівні операційного і молодших спеціалістів — на рівні технічного менеджменту.

Галузево-функціональний підхід дослідження проблем управління передбачає існування таких видів менеджменту:

- *персонал-менеджмент* (опікується питаннями управління людьми, мотивації, організації та контролю їхньої трудової діяльності);
- *інтелектуальний менеджмент* (полягає в управлінні розпізнаванням, аналізом знань, розробкою ефективніших дій об'єкта управління та створенням нових знань через наукові дослідження);
- *виробничий менеджмент* (відповідає за організацію та забезпечення технології виробництва, створення та використання запасів сировини, транспортних вантажопотоків тощо);
- *маркетинговий менеджмент* (зорієнтований на організацію, узгодження і взаємодію внутрішнього середовища об'єкта управління з ринковими умовами шляхом реалізації властивих цьому суб'єкту управління конкурентних переваг);
- *інноваційний менеджмент* (передбачає розробку планів і програм інноваційної діяльності, здійснення узгодженої інноваційної політики, розгляд нових проектів та технологій, створення і організацію діяльності цільових робочих груп тощо з метою підвищення ефективності функціонування об'єкта управління);
- *фінансовий менеджмент* (полягає в управлінні фінансовими потоками і ресурсами, інвестиційними проектами, в контролі за фондовим портфелем, у сприянні нагромадженню фінансових ресурсів, перетворенню їх на прибутки з додатковими дивідендами).

До цього поняття зазвичай зараховують й інвестиційний менеджмент, який є вагомою складовою його фінансового різновиду.

У чому ж тоді полягає роль інформаційно-комунікаційного менеджменту? Насамперед в інформаційному забезпеченні здійснення всіх видів і форм менеджменту, оскільки основним ресурсом менеджменту є інформація, а основною технологією — комунікація. Без неї сам процес управління є попросту неможливим. А розвиток нових інформаційно-комунікаційних технологій робить так звану революцію менеджерів ще «революційнішою».

Розуміючи важливість управління інформаційно-комунікаційними процесами у суспільстві, ми можемо дати й відповідне визначення цьому виду менеджменту.

Отже, під **інформаційно-комунікаційним менеджментом суспільства** ми розумітимемо систему управління інформаційно-комунікаційною сфе-

рою суспільства на основі використання форм, методів і технологій правового, економічного, соціального, гуманітарного і політичного менеджменту і маркетингу.

З усіх сфер суспільства (правової, економічної, соціальної, політичної, гуманітарної та ін.) інформаційно-комунікаційна сфера розвивається найдинамічніше.

Бурхливий розвиток Інтернету, мультимедіа, мобільного зв'язку тощо виступив потужним каталізатором модернізації насамперед економічної сфери суспільства. Нині вже нікого не здивуєш такими поняттями, як електронний бізнес (e-business), електронна комерція (e-commerce) тощо. А економіка, як головний рушійний генератор глобалізаційних процесів, зумовила кардинальні зміни у правовій, політичній, соціальній, гуманітарній та інших сферах суспільства. Не обминула вона, звичайно, і діяльність громадських організацій як структур глобального громадянського суспільства.

Це, так би мовити, розширене тлумачення інформаційно-комунікаційного підґрунтя процесів глобалізації, що поширюються у світі. А нас цікавить інформаційно-комунікаційний менеджмент суспільних організацій (державних і недержавних) на основі використання соціопсихологічних і (який жаж!) маніпуляційних технологій в контексті здійснення міжособистісних, групових і масових комунікацій. Саме тому ми і пропонуємо читачам розглянути особливості діяльностіправлячих команд згаданих вище суспільних організацій, їх інформаційно-комунікаційних (пресових) служб, технологій паблік рилейшнз і реклами.

8.2. Внутрішні комунікації суспільних організацій

Розглянувши основні теоретичні засади інформаційно-комунікаційного менеджменту суспільства ми вже можемо перейти до особливостей здійснення цього виду менеджменту на рівні суспільних організацій.

Суспільні організації, як відомо, поділяються на державні (структури влади) і недержавні (структури громадянського суспільства).

Позаяк громадські організації не мають такої історії розвитку та побудови внутрішньої структури управління, як державні організації, цілком логічно, що ми змушені досліджувати особливості реалізації інформаційно-комунікаційного менеджменту суспільних організацій саме на прикладі державних організацій.

Зрозуміло, що мова іде про урядові структури і внутрішні комунікації суспільних організацій, тобто - відповідні процедури ухвалення найважливіших рішень в державних організаціях. А згадані вище процедури ухвалення рішень побудовані на відповідних інформаційно-комунікаційних моделях ухвалення рішень, які ми розглянемо нижче.

Інформаційно-комунікаційні моделі ухвалення рішень

Загалом соціопсихологи (А. Джордж [15]) виокремлюють три основні інформаційно-комунікаційні моделі ухвалення рішень: *формальну, змагальну та колегіальну*.

Формальна модель.

Використання такої моделі ухвалення рішень передбачає наявність структурованої ієрархії проходження інформації по системі комунікацій та чітко виписаних і формалізованих процедур ухвалення рішень, відхід від яких не допускається.

Формальна модель завдяки чіткій структурі проходження інформації та проєктів рішень забезпечує ретельний аналіз альтернатив і економить час центру прийняття рішень. Але такий підхід, звісно, ажніяк не сприяє відкритому обговоренню проблеми, а в разі кризової ситуації унеможливує оперативне реагування на зміну ситуації.

Крім того, навіть і за умов вибудованої системи контролю за якістю отримання і обробки інформації, завжди існує реальна загроза викривлення інформації під час проходження інстанціями.

Змагальна модель.

Ця модель ухвалення рішень побудована на можливості висування альтернативних інформаційних потоків і відповідних проєктів рішень. Така модель ухвалення рішень відкрита для надходження альтернатив не лише загальноприйнятим шляхом знизу-вгору, а й обминаючи окремі ланки бюрократичної ієрархії, що передбачає наявність певної конкуренції на етапах отримання і обробки інформації.

В цьому випадку в основному дотримуються певної ієрархії, хоча інколи дозволяється надходження альтернатив із середньої ланки безпосередньо до центру ухвалення рішень без узгодження з чиновниками більш вищого рівня.

Змагальна модель потребує набагато більше затрат часу та енергії центром ухвалення рішень у поєднанні з фрагментарністю інформації та суб'єктивністю її селекції. Інакше кажучи, під час використання цієї мо-

делі виникає загроза реалізації суб'єктивних інтересів окремих людей і структур за рахунок загальних інтересів об'єкта управління (держави, адміністрації, уряду, громадської організації тощо).

Колегіальна модель.

Така модель ухвалення рішень суспільною організацією потребує колективної праці в пошуках найоптимальнішого проекту рішення. Але на відміну від змагальної моделі діяльність центру ухвалення рішень полегшується роботою колегіальних команд, які формуються незалежно від соціального статусу працівників апарату та належності їх до певних організаційних структур.

Колегіальна модель вимагає від центру ухвалення рішень (лідера) надто багато часу для міжособистісного спілкування, усереднює рольові статуси членів адміністрації, а їхня спільна діяльність сприяє так званому груповому мисленню, коли команда «зациклюється» лише на власних ідеях. Є в такому випадку і загроза формування в центрі ухвалення рішень певної безвідповідальності як окремих членів команди, так і команди в цілому.

Отже, як можна побачити, кожна з наведених моделей ухвалення рішень має свої сильні й слабкі сторони.

Використання тієї чи іншої моделі ухвалення рішень значною мірою залежить не лише від правової регламентації та традицій управління, а й від психологічних характеристик особистостей, які впливають на прийняття урядових або політичних рішень.

Наприклад, якщо людина більшу частину часу провела у чітко побудованих ієрархічних структурах (армії, поліції, прокуратурі, державному апараті тощо), вона відповідно тяжіє до використання формальної моделі ухвалення рішень.

Колегіальну модель використовуватиме передусім людина, яка працювала в організаціях чи установах з колективним керівництвом, а змагальну — людина, яка перебувала у складі, скажімо, бізнесової чи творчої організації або партійного апарату. Хоча, звичайно, це доволі відносно й має розглядатися в кожному випадку окремо з урахуванням особистісних характеристик лідерів, які мають повноваження ухвалювати керівні рішення.

Насамкінець зазначимо, що, аналізуючи обрану лідером суспільної організації модель ухвалення рішень, варто врахувати такі чинники, як соціально-психологічні особливості стилю його керівництва, психобіографічні аспекти його службової кар'єри та психоісторичні особливості

становлення суспільної організації, життєвий досвід та особливості мислення його найближчого оточення (як відомо, «почет» все-таки «грає короля»). Не варто ігнорувати і відповідні традиції та конституційні норми, політичну та правову культуру політичної та правлячої еліти, а також відповідну культуру суспільства взагалі.

Особливо варто звернути увагу на впровадження вже ухвалених рішень конкретними виконавцями, термінів і засобів досягнення цілей та контролю за їх реалізацією. Невиконання цих умов може призвести до провалу навіть найправильніших і найоптимальніших рішень.

Світовий досвід свідчить, що команда переможців далеко не завжди може стати правлячою командою ефективних менеджерів. І справа не лише в тому, що, вигравши вибори, лідер мусить врахувати політичні реалії й сформуванню уряд не тільки зі своїх прихильників [14].

Для того щоб залучити на свій бік не лише більшість тих, хто проголосував за нього на виборах, а й більшість членів суспільства (президентські вибори) чи суспільної організації (вибори лідера) переможець має ввести до правлячого кабінету представників інших політичних сил. Звичайно, це можливо за умови погодження з ними «правил гри» й їхньої готовності підкорятися командній стратегії.

Крім того, слід зазначити, що без фахівців-професіоналів неможливо створити дієздатну правлячу команду, спроможну ухвалювати ефективні рішення.

До речі, використовуючи термін *правляча команда*, ми розглядатимемо такі центри ухвалення рішень, як президент, парламент уряд, міністерство, відомство, регіональні уряди, мерії тощо. Аналогічні критерії можна використовувати й стосовно правління політичної партії або суспільно-політичної організації, керівництва фірми, банку, компанії тощо.

Отже, аналізуючи процес створення правлячої команди, слід розглядати його внутрішні та зовнішні аспекти. Внутрішні полягають у дотриманні логіки передвиборних угод, укладених під час проведення передвиборної кампанії, а зовнішні — у стратегії розширення соціальної бази підтримки правлячої команди. Отже, під час формування правлячого кабінету лідер, який домігся на виборах або в інший спосіб такого права, має керуватися в доборі кадрів своєї команди професійними, політичними та соціально-психологічними критеріями.

З політичними критеріями, здається, все зрозуміло. Уклавши на передвиборному етапі угоди з окремими політичними силами та лідерами,

переможець мусить «розрахуватися» з ними керівними портфелями своєї адміністрації.

Аналогічні підходи використовуються і в бізнесі. Зрозуміло, що, утворивши з партнерами концерн або нову компанію, лідер зобов'язаний надати колегам певну кількість місць у керівному органі відповідно до їхніх внесків до загального кошика. Це — аксіома, проігнорувавши яку годі й сподіватися на ефективну співпрацю в подальшому.

Але якщо керуватися лише політичними міркуваннями, забувши про професійну підготовленість членів правлячого кабінету, успіху не досягти. Члени урядової команди мусять бути професіоналами своєї справи. А відтак постає питання про співвідношення у складі правлячого кабінету політичних і кар'єрних чиновників-держслужбовців.

І тут слід зауважити, що загальної формули або конкретних відсотків — необхідної кількості, скажімо, професійних держслужбовців, ніхто не дасть. Насамперед через те, що справа ця надзвичайно делікатна і залежить як від суспільно-політичної ситуації в суспільстві загалом, так і конкретного впливу окремих соціальних груп та їхніх лідерів на лідера правлячого кабінету.

Сучасні українські моделі ухвалення рішень

У цьому контексті, на нашу думку, дуже цікавим може бути здійснення порівняльного аналізу моделей ухвалення політичних рішень в адміністраціях президентів України Л. Кравчука, Л. Кучми і В.Ющенка.

Виходячи з особливостей соціально-психологічних настанов кожного з них, можна зауважити, що в цілому Л. Кравчук використовував змагальну модель прийняття політичних рішень, Л. Кучма переважно користувався формальною моделлю, а В.Ющенко в силу особистісних рис характеру тягів до колегіальної моделі ухвалення рішень.

Перший президент України Л. Кравчук, безумовно, водночас із переважною орієнтацією на змагальну модель ухвалення рішень використовував елементи формальних технологій проходження проектів рішень в апараті своєї адміністрації.

Коло людей, які мали доступ до кабінету першого президента України, було обмеженим, а секретар адміністрації президента, перший помічник президента, радники та керівники президентських служб конкурували за можливість впливати на президента.

Л. Кравчук, який майже весь час перебував на другорядних посадах в апаратних компартійних структурах і не мав досвіду самостійної роботи,

чисто психологічно побоювався ухвалювати відповідальні політичні рішення, за що й отримав прізвисько «хитрий лис».

Якщо додати до цього імпровізаційний характер ухвалення ним політичних рішень, стає зрозуміло, чому він програв свої другі президентські вибори.

Не маючи концепції своєї діяльності та чіткої побудови апарату адміністрації, припустившись ряду принципових помилок у конституційних питаннях створення виконавчої вертикалі, Л. Кравчук навіть не сформував передвиборчий штаб під час дострокових президентських перегонів 1994 р. (Це, зрештою, і допомогло Л. Кучмі стати наступним президентом України).

Другий і, здається, останній раз «хитрий лис» сам себе перехитрив на парламентських виборах 2006 р., утворивши і очоливши передвиборчий блок «не ТАК!» - «А як?» — питав сам себе народ і голосував за тих, хто все-таки хоч в чому-небудь визначився.

Другий президент України Л. Кучма, працюючи в чітко ієрархічно вибудованих структурах військово-промислового комплексу, займав керівні посади, де він за посадою мусив самостійно ухвалювати рішення.

Це, безумовно, сформувало, по-перше, відповідний стиль керівництва й мислення, по-друге — уявлення про структуру управління складним соціальним об'єктом. (На військових заводах навіть генерального директора називають не «директор», а «генерал».)

А звідси, найімовірніше, і схильність до використання чітко вибудованих формальних управлінських структур, хоча і змагальна компонента, безумовно, була тут досить суттєвою, враховуючи його схильність до ухвалення рішень в «неформальний» обстановці.

Аналіз роботи правлячої команди другого українського Президента Л. Кучми показує, що і тут коло осіб, які впливали на ухвалення політичних рішень упродовж 1994—1996 рр., було доволі обмежене. Окрім глави президентської адміністрації безпосередній доступ до глави держави (і відповідний вплив) мали його перший помічник, секретар Ради національної безпеки і радник з питань макроекономіки. З певними обмеженнями в окремих галузях державного будівництва впливали на прийняття рішень інші радники та керівники відповідних управлінь і служб президентської адміністрації, однак роль останніх переоцінювати не варто, оскільки вони були «пов'язані» волею керівника апарату адміністрації.

Згодом, внаслідок децентралізації апарату адміністрації, фактично використовувалася змагальна модель ухвалення рішень, де лідерів впливу було вже кілька.

Але після перемоги на виборах 1999 р. Л. Кучма знову повертається до «формальної» моделі. Посада першого помічника об'єднується з посадою глави адміністрації президента.

Л.Кучма, якого в кулуарах прозвали «папа» (від рос. «тато») протримався два повних президентських терміни, досить майстерно на апаратному рівні розводячи клани і випестовані ним олігархічні групи.

Треба віддати йому належне: за владу він тримався міцно, постійно тасував правлячу команду, змінюючи майже щороку прем'єр-міністрів та членів уряду. Свого часу один з прем'єр-міністрів, який міг скласти йому конкуренцію на президентських виборах 1998 р. (Є.Марчук), був звільнений з посади за те, що «займався виробленням власного політичного іміджу» на займаній посаді! Уявіть собі, це формулювання навіть потрапило до тексту указу президента про звільнення Є.Марчука!

Він не мав особливого стратегічного мислення щодо суспільного розвитку та перспектив України в глобальному світові. Коли його призначили на посаду прем'єр-міністра, він патетично вигукнув у парламентській залі: «Шановні народні депутати! Ви скажіть нам, яке суспільство треба збудувати, і ми вам збудуємо!»

На жаль, ставши президентом, він так і не зрозумів, що ж треба будувати...

Натомість, маючи, напевно, фізіологічне відчуття самозбереження власної влади, він активно і агресивно її захищав. Але втратив наприкінці свого другого президентства і це відчуття.

Л.Кучма дуже довго не міг визначитися зі своїм правонаступником, якого мав би підтримати (сам за конституцією вже не мав права балотуватися). І, знаходячись у певному психологічному ступорі, бесславно здав всю свою команду, сховавшись на своїй дачі під час епохальних, скандальних і зробивших Україну всесвітньо знаменитою президентських перегонів 2004 р.

Третій президент України В.Ющенко, мав протягом свого життя ще менше можливостей набути управлінських навичок, ніж Л.Кравчук, оскільки пройшов свій кар'єрний шлях до приходу на посаду керівника уряду, а згодом і президента України - на посадах у фінансових структурах. Це не дало йому можливості комплексно оцінити систему організації управління на рівні регіону (району, міста чи області) чи галузі народного господарства.

Відсутність відповідних політичних знань та управлінського досвіду далася взнаки в його подальшій діяльності на посаді президента країни.

До відсутності практичних навичок додався ще й недостатній рівень са-моорганізації його як особистості.

Доля винесла його на гребінь політичної активності майже випадково, майже змусивши В.Ющенка стати публічним політиком. На нашу думку, великі приховувані амбіції і недостатній досвід менеджера вишого рівня вступили в руйнівний внутрішній особистісний конфлікт.

Змушений до необхідності постійного ухвалення політичних рішень у кризових умовах, що суперечило його рисам характеру мрійника і само-закоханого митця, В.Ющенко постійно опирався цій необхідності щось ухвалювати. Звідси і його бажання уникнути відповідальності, пустити проблеми на «саморозв'язання». А відтак — і використання колегіальної моделі на етапі обговорення альтернатив.

Проте, слід визнати, що міркування (і бажання) декого із «помаранчевих» соратників лідера щодо можливостей маніпулювати ним явно не виправдалися. В.Ющенко активно використовував технологію виснаження переговорщиків під час оцінки альтернатив, проте зрештою рішення приймав одноосібно за лише йому одному відомими критеріями, що наводить на думку про відсутність в його менеджерському арсеналі такого поняття як командна гра. Так грати він не уміє і не бажає, що свідчить про несистемний характер ухвалення політичних рішень цієї харизматичної особистості.

Соціально-психологічні чинники внутрішньоконандної комунікації

З погляду ефективності роботи правлячого кабінету особливу вагу мають соціально-психологічні чинники, які виявляються через міжособистісні стосунки членів команди. Якщо між ними не буде злагоди, порозуміння, ділової морально-психологічної атмосфери, успішна командна гра залишиться лише нездійсненою мрією.

Саме соціопсихологічні чинники слід розглянути більш докладно, оскільки останні раніше традиційно перебували поза увагою нашої керівної еліти.

Спочатку про кількісний склад правлячого кабінету, який не повинен перевищувати «магічне психологічне число». Психологи давно довели, що найоптимальнішою для управління та міжособистісного спілкування в процесі спільної діяльності є група, яка налічує сім плюс-мінус дві особи.

Скажімо, так званий «кухонний кабінет» «трюхразового» канцлера (прем'єр-міністра) Німеччини Гельмута Коля складався всього з п'яти осіб. Крім німецького керівника уряду, до його «вузької» команди входили осо-

бистий секретар, помічник з питань інформації, політолог (його формальна посада — начальник внутрішньополітичного відділу федерального відомства преси та інформації), а також радник із зовнішньополітичних питань.

Отже, основна «рецептура політичної кухні» німецького уряду того-часного блоку ХДС/ХСС складалася не стільки міністрами, як прийнято вважати, скільки найближчою командою Г. Коля. Хоча й недооцінювати роль провідних політичних діячів коаліції християнських демократів було б дуже легковажно.

Зафіксуємо ще один факт: до складу «кухонного кабінету» Г. Коля входила одна жінка. І це збігається з твердженням психологів, що для нормальної роботи будь-якого колективу (чоловічого чи жіночого) потрібна присутність принаймні однієї-двох осіб протилежної статі.

Важливими чинниками, що впливають на ефективність діяльності правлячої команди (поряд із економічними та політичними), є соціально-психологічні чинники, зокрема, розподіл соціопсихологічних ролей у команді.

Науковці свідчать, що будь-який керівний колектив передбачає присутність в ньому осіб, які «грають» такі ролі: *лідер, секретар, генератор ідей, аналітик, організатор, інформатор, психолог*.

Лідер - формулює стратегію, визначає цілі та завдання команди, пріоритети діяльності й порядок денний її роботи, розподіляє обов'язки між членами команди, визначає «правила гри» та психологічно мобілізує їх на реалізацію генеральної лінії.

Секретар - організовує практичну діяльність щодо втілення в життя стратегічної лінії команди, примушує інших членів команди дотримувати дисципліни у виконанні визначених планів, об'єднує всі ідеї й думки в один закінчений проект і домагається його реалізації.

Генератор ідей, маючи найвищий рівень інтелекту і найрозвиненішу фантазію, є постачальником оригінальних (зараз кажуть — креативних) ідей, пропозицій, проектів рішень.

Аналітик — раціонально оцінює альтернативи, об'єктивно й неупереджено аналізує проекти рішень, які висунуто для обговорення і вносить пропозиції щодо вирішення реально існуючих проблем.

Організатор - раціоналізує виконавчий процес, доводить його до логічного завершення — практичної реалізації ухваленого рішення. Почасті він поділяє із секретарем контрольні функції, хоча в принципі це і не обов'язково.

Інформатор є розвідником, постачальником інформації: повідомлень, нових ідей, цікавих фактів і т. ін. завдяки високим комунікаційним здібностям і великій кількості міжособистісних контактів.

Психолог - як найчутливіший член колективу - гармонізує міжособистісні (міжперсональні) стосунки, цементує команду на емоційній основі, вгамовує пристрасті та підтримує ініціативу.

Зрозуміло, що кожен із членів правлячої команди має не лише свої внутрішні (генетично притаманні) психологічні характеристики, а й соціально-психологічні (набуті) риси характеру, які детермінуються обраними ними соціальними ролями в команді.

Скажімо, голова може сприйматися інколи негативно через надмірну чи недостатню жорсткість та невміння бути ефективним менеджером. Секретар часом буває нудним і дратувати через «надмірну» настирливість, а може втратити перспективу і «потонути» в деталях. Генератор ідей може бути неуважний, його раптом може «занести» у такі теоретичні хащі, з яких нелегко вибратись. А аналітик може нетактовно оцінити висраждані пропозиції інших. Організатор буває надміру впертим і недостатньо гнучким, інформатор — непостійним і недостатньо організованим, а психолог — не таким працьовитим, як це може видаватися на перший погляд.

Але варто згадати, що ідеальних людей немає. І як тільки це стає зрозумілим, вказаних проблем можна позбутися, якщо знати й аналізувати сильні та слабкі сторони кожного члена команди. Таким чином, з урахуванням обраних ними соціопсихологічних ролей, можна оптимально використати потенціал усіх гравців команди, аби досягти кінцевого результату — ефективної роботи та ухвалення адекватних ситуацій політичних (урядових) рішень.

Зрозуміло, що такий розподіл ролей доволі умовний, у реальних колективах часто окремі особи поєднують у собі рольові функції в найрізноманітніших їх співвідношеннях. Єдине зауваження — голів і генераторів ідей не повинно бути багато, оскільки це може призвести до безплідних дискусій і розколу.

8.3. Зовнішні комунікації суспільної організації

Правове демократичне суспільство передбачає зростання ролі й впливу масової свідомості на поведінку та ухвали керівних структур суспільства та державою (президента, уряду, парламенту, суду тощо). А масова свідомість членів суспільства, у свою чергу, формується під впливом інформації, що надходить від урядових структур про їхню діяльність, ухвалені ними політичні та інші рішення, оптимальну вива-

женість цих рішень, ефективність та результативність дій уряду і т. ін [12; 18; 33; 75; 94].

Таким чином, обираючи на основі демократичних процедур легітимні структури влади, громадяни мають повне право отримувати широку і достовірну інформацію про діяльність згаданих вище структур влади. А тому, враховуючи не такі вже й великі терміни перебування на владному олімпі, виборні посадові особи повинні активно займатися проблемами власного іміджу, оскільки на наступних виборах перед ними знову постає питання переконання громадян у тому, що вони є найкращими в управлінні державою.

У цьому аспекті важливим є все: заходи за участю лідера та членів керівництва суспільної організації, перелік людей, з якими він зустрічається, виступи у традиційних та аудіовізуальних мас-медіа, прес-конференції лідера та членів команди, брифінги прес-секретаря і т. ін.

У кожній суспільній організації здійснення громадських зв'язків покладено на відповідні служби. Як правило, це пресові або інформаційно-аналітичні служби. Однак історія має чимало прикладів, коли за інформаційну політику суспільної (державної) організації відповідали структури, які виконували функції, ширші за чисто «прес-службівські».

Наприклад, в адміністрації президента США Р. Рейгана цими питаннями займався керівник інформаційної служби Білого дому, який контролював діяльність прес-служби, а також служб громадських зв'язків (вітчизняний аналог — служба внутрішньої політики), спічрайтерів (тих, хто писав промови) і телевізійної служби (яка здійснювала протокольні на інші зйомки).

Успішний досвід двох термінів президентства Р. Рейгана може переконатися у позитивних результатах запровадження та реалізації єдиної інформаційної політики. Використання прийомів інформаційно-комунікаційного менеджменту є дійовим і ефективним шляхом управління складними процесами формування та еволюції політичного іміджу суспільної (державної чи недержавної) організації та її лідерів.

Найпотужнішою інформаційною зброєю адміністрації є робочий день лідера, наприклад, такої помітної політичної фігури, як президент країни чи транснаціональної корпорації. Його особистість за статусом уже сама по собі є новиною. Але календар зустрічей лідера бажано складати таким чином, щоб у ньому була хоча б одна подія, яка, за розрахунками, могла б привернути увагу і домінувати в інформаційних повідомленнях дня.

Якщо головною подією має бути заява лідера, то в ідеалі вона має тривати щонайбільше 30–40 секунд. Лише за такої умови вона має чудові шанси вийти в ефір без редакторських купюр.

Ще один технічний прийом — *фото чи відеоекспромт* — полягає у наданні журналістам можливості сфотографувати лідера (президента, прем'єр-міністра, спікера) в його кабінеті чи резиденції разом з відомими гостями або під час яскравих масових заходів. І хоча фотожурналісти та відеоператори часто збиткуються, називаючи цю роботу «почесною вартою біля тіла», вона належним чином оцінюється редакторами мас-медіа під час підготовки вечірніх новин (особливо коли жодної інформації, скажімо, з президентської адміністрації за день не було і вибирати, власне кажучи, нема з чого).

Можна використати й інші варіанти маніпуляційної техніки, побудованої на тонких психологічних нюансах. Наприклад, прес-служба американського президента Р. Рейгана розігрувала цілі вистави за участю представників мас-медіа, першої особи та її служби безпеки на тему: *«Бачить око та зуб не дістає...»*

У той час, коли президент прямував до свого вертольота або виходив з нього, охорона не підпускала репортерів близько до маршруту пересування керівника держави. Двигуни вертольота, зрозуміло, «випадково» не вимикали. І коли Р. Рейган проходив повз журналістів, ті намагалися перекричати турбіни і запитати його про події, які їх цікавили. Але президент лише чарівно посміхався й махав рукою, не відповідаючи або кидаючи коротенькі, заздалегідь підготовлені репліки.

Як наслідок, у вечірніх новинах громадяни бачили делікатного і лагідного президента, на якого нападала юрба цих «агресивних і невихованих журналюг».

Окрім лідера країни, суспільної організації і т.ін., потрібно активно використовувати й «почет», який, як відомо, «грає короля». Майже всі політичні та інші команди використовують виступи своїх членів на підтримку лінії «партії та уряду».

При організації спілкування членів команди з мас-медіа важливо дотримувати таких правил:

- виступи або інтерв'ю членів команди мають бути скоординовані пресовою службою в часі й за тематикою та погоджені в руслі інформаційно-комунікаційної стратегії команди;
- представник команди повинен з'являтися на екрані один, а не в оточенні опонентів та в контексті дискусії або суперечки;
- членові кабінету треба надавати слово після всіх критичних виступів на адресу адміністрації (останнє слово запам'ятовується краще) і т. ін.

Іще один аспект роботи пресової служби — *підготовка власних прес-релізів та аудіо-відеоматеріалів* з хроніки поточних подій, які можна безпосередньо передавати без участі в цих заходах журналістів, що дозволяє певною мірою уникнути «небажаного суб'єктивізму» незалежних від структур влади чи громадянського суспільства мас-медіа.

Зрозуміло, це лише деякі організаційно-технічні аспекти маніпулювання роботою мас-медіа з боку суспільної організації, але й наведені приклади дають уявлення про важливість і складність роботи з «паблік рилейшнз», в якій ключовою є постать прес-секретаря.

Досвід показує, що залежно від особистісних стосунків лідера та його прес-секретаря, останній може грати такі ролі:

- самостійний інтерпретатор подій і вчинків лідера;
- людина, що віддзеркалює відображення ідей та вчинків, задуманих і організованих іншими членами команди.

Узагалі ця посада є однією з найнебезпечніших з погляду політично-го самозбереження, оскільки ця людина перебуває на перетині силових та інформаційних полів лідера, його команди (політичної та апаратної) і мас-медіа.

З одного боку, він може викликати невдоволення свого керівника «занадто вільним і не вдалим тлумаченням» його позицій, з другого — може викликати заздрість чиновників, що мають менші можливості для доступу (і впливу) до першої особи. І ці суто внутрішні проблеми статусних відносин всередині суспільної організації ускладнюються щоденними дуелями із журналістами, яким потрібні «свіжі», а краще — «смажені» факти.

Робота прес-секретаря потребує не лише широких знань майже з усіх питань внутрішньої та зовнішньої політики, а й чималої артистичної підготовки, відчуття міри й рівня своєї компетентності.

Форми роботи прес-служби

Основними формами роботи прес-секретаря та прес-служби є:

- прес-конференції (1-2 рази на місяць — за потребою);
- брифінги (щодня або щотижня);
- статті в журналах та газетах (згідно з медіа-планом);
- теле- та аудіопередачі та звернення (згідно з медіа-планом);
- письмові заяви для преси (оперативне реагування, коли не бажано виходити «на люди», але потрібно чітко продемонструвати свою позицію).
- інтерв'ю лідера та членів команди у мас-медіа (згідно з медіа-планом) тощо.

Варто відзначити, що далеко не всі лідери та їхні прес-служби використовують весь перерахований «джентльменський набір» вказаних форм роботи прес-служби.

Наприклад, прес-секретарі першого українського президента Л. Кравчука взагалі не використовували таку форму роботи, обмежуючись веденням нерегулярних прес-конференцій президента і написанням письмових заяв прес-служби з тих чи інших питань. Річ у тім, що в силу особистісних причин Л. Кравчук спонукав своїх «зв'язківців» з пресою виконувати другорядні ролі, не даючи волі ініціативі підлеглих (яку, щоправда, не виявляли обидва прес-секретарі). Таким чином, Л. Кравчук фактично позбавив себе можливості маневрувати і зондувати реакцію громадської думки на можливий перебіг подій за участю президента України.

Зовсім інша інформаційно-комунікаційна модель відносин з пресою через посередництво прес-секретаря була реалізована другим українським президентом Л. Кучмою. Останній не обмежував можливостей своїх прес-секретарів у проведенні тижневих брифінгів або здійсненні інших форм зв'язків з представниками мас-медіа. Таку само свободу мали й інші відповідальні співробітники адміністрації президента — глава адміністрації, радники, помічники, керівники структурних підрозділів апарату президента.

Цей стандарт роботи у мас-медіа був збережений у секретаріаті третього президента України В.Ющенка, який доповнив його регулярними власними зверненнями до громадян по радіо і телебаченню.

Про події, що відбуваються на брифінгах, дізнаються в різних країнах світу, а інколи вони можуть бути не лише засобом формування громадської думки, а й інструментом впливу на події за кордоном. Коли 1975 р. американський президент Дж. Форд віддав наказ про напад авіації США на камбоджійців, їхня радіостанція натякнула, що захоплений ними американський корабель, який став приводом для такого рішення, може бути звільнений. Позаяк тоді ці країни не мали дипломатичних відносин, заява для преси з Білого дому виявилася єдиним засобом негайної відповіді на завуальовану пропозицію уряду Камбоджі.

Важливою частиною роботи прес-секретаря є *підготовка та проведення прес-конференції лідера*:

- здійснення інтелектуального і психологічного тренінгу лідера;
- прогнозування передбачуваних запитань від представників мас-медіа;
- організація «необхідних» запитань, зрежисованих прес-службою;
- акредитація журналістів та запрошення їх на прес-конференцію;

- редагування тексту стенограми;
- підготовка прес-релізу тощо.

Навіть перелік цих питань свідчить про складність завдань щодо організації зв'язків з мас-медіа. Саме тому й виникає потреба не обмежуватися однією фігурою прес-секретаря, а створювати прес-службу. Як правило, прес-секретар водночас є і керівником прес-служби адміністрації.

Наприклад, в адміністраціях перших двох українських президентів Л.Кравчука і Л.Кучми використовувалася саме така структура, а в секретаріаті В.Ющенка ці посади були «розведені».

На завершення зазначимо, що, обираючи прес-секретаря, варто зважати і на його політичний імідж у сукупності з особистісними якостями, оскільки йому доводиться спілкуватися з представниками мас-медіа з різних країн, різної політичної спрямованості, різного темпераменту, зрештою — і різного рівня культури...

Ознайомившись з окремими практичними аспектами організації громадських зв'язків за допомогою пресової служби, можемо перейти до певних теоретичних узагальнень щодо організації зв'язків із засобами масової комунікації, які мають безпосереднє значення у функціонуванні суспільних організацій.

Отже, сформулюємо основні правила роботи з мас-медіа:

1. Потрібно говорити з погляду громадськості, а не своєї організації чи від себе особисто.
2. Подавати новини бажано стисло, в доступній для розуміння та вжитку формі.
3. Найважливіші новини потрібно повідомляти на початку зустрічі з пресою (перша фраза задає тон і напрям розмови і, звичайно, запам'ятовується).
4. Треба уникати суперечок із журналістами (останнє слово все одно буде за ними, вже у мас-медіа).
5. На прямі запитання бажано давати прямі відповіді (звичайно, по можливості).
6. Бажано говорити правду, навіть якщо її важко виголосити.
7. Якщо не маєте відповіді, потрібно чесно в тому зізнатися, пообіцявши дати її іншим разом.
8. В разі відсутності цікавих новин не варто збирати журналістів.
9. Ефективність прес-конференції чи брифінгу значно підсилиться «домашніми заготовками» та організацією відповідних запитань.
10. Ураховуючи сильні й слабкі сторонні лідерів, потрібно сформулювати власні стандарти спілкування з телебаченням, радіо і друкованою пресою.

11. Для того, щоб «бути в темі» обов'язково потрібно організувати постійний моніторинг повідомлень засобів масової комунікації з найважливіших питань.

12. При проведенні заходів за участю мас-медіа обов'язково потрібно контролювати час прес-конференції чи брифінгу, і ніколи не потрібно «випрошувати» запитання, якщо навіть на початку ви і зазначили час, виділений для спілкування із журналістами.

13. Наостанку варто зробити ще один наголос на ключовій проблемі розмови, позаяк останнє запам'ятовується найкраще — особливо тоді, коли ви не впевнені, що вас зрозуміли правильно, і т. ін.

Звісно, цей список практичних порад, надиктованих самим життям, не є остаточним і всеосяжним. Робота з мас-медіа знаходиться на перетині науки і мистецтва і головне тут — знайти ту золоту середину, що дає змогу здійснювати ефективну інформаційно-комунікаційну стратегію і тактику у реальній суспільній діяльності.

8.4. Планування інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій

Ефективність інформаційно-комунікаційної діяльності будь-якої організації, у тому числі і громадської, залежить від уміння працювати із засобами масової комунікації, і особливо — мас-медіа.

Таким чином ми не зможемо обійтись без такого ***виду інформаційно-комунікаційного менеджменту як медіа-менеджмент***, під яким розумітимемо систему заходів по плануванню, розміщенню й оцінці ефективності іміджевих або рекламних матеріалів у засобах масової комунікації.

Створення та реалізація оптимальної моделі медіа-менеджменту має за мету найкращий шлях до сприйняття суспільною свідомістю сконструйованих та відповідним чином (аудіо-візуально, текстово, графічно) оформлених іміджевих або рекламних матеріалів.

І тут надзвичайно важливим є все. Психологічні особливості (характер і швидкість сприйняття та «перетравлення») інформації різними соціальними групами, особливості цільової аудиторії, дозування і періодичність розміщення матеріалів, вибір інформаційно-комунікаційних каналів тощо.

Фахівці з інформаційно-комунікаційного менеджменту вважають за необхідне будувати двохетпні медіа-плани.

На першому етапі в засобах масової комунікації розміщується яскрава і дійсно «новинна» інформація, яка має вразити, запам'ятатися і заінтригувати людей, стати предметом обговорення в мас-медіа, на роботі, в кав'ярнях і на кухнях.

Після певної «провокації» інформаційної потреби у продовженні комунікаційної кампанії бажано створити «інформаційний голод». І коли люди з підвищеним інтересом починають очікувати, що ж буде далі, починається другий етап комунікаційної кампанії — активна пропаганда позитивних наслідків вчинків, дій та ін., проанонсованих на першому етапі.

Загальна логіка такого двохетапного медіа-планування, за свідченням російського політичного психолога Д. Ольшанського [39], полягає в тому, що спочатку яскрава й вражаюча реклама створює імідж, а згодом цей імідж підтримується менш інтенсивною рекламою.

План інформаційно-комунікаційної діяльності має бути:

- достатньо жорстким і таким, що неухильно виконується;
- оптимально дозувати рекламу, оскільки шкідливим є як перевантаження інформацією, так і її брак;
- враховувати час, необхідний для засвоєння інформації, оскільки неефективною є і незмінна протягом довгого часу нудна реклама, і реклама, що постійно змінюється, а відтак і не запам'ятовується;
- брати до уваги психологію сприйняття інформації різними соціальними групами (особливості засвоєння інформації, наприклад, міським і сільським населенням, чоловіками і жінками, пенсіонерами і студентами тощо);
- розраховувати інтенсивність реклами протягом певного періоду з урахуванням того, що надмірно агресивна, масована реклама може не тільки не бути корисною, а й зіпсувати раніше позитивне сприйняття людьми тих чи інших подій, корпорацій, політиків, товарів тощо;
- передбачати кілька циклів рекламних подач (по 3—4 тижні кожен), маючи на увазі, що максимум суспільної підтримки припадає на кінець кожного такого циклу;
- враховувати необхідність початку комунікаційної кампанії раніше за конкурентів, оскільки зазвичай перемагає в комунікаційних перегонах той, хто починає першим. Переваги перших полягають у тому, що вони формують основні настанови аудиторії.

І для того щоб перебороти ситуацію на свою користь, іншим потрібні подвійні зусилля для:

- 1). руйнування настанов, сформованих першим;

2). конструювання власних настанов аудиторії, в підтримці якої вони зацікавлені.

Зрозуміло, що це потребує більших фінансових, медійних, людських і часових ресурсів.

При складанні плану інформаційно-комунікаційної діяльності дуже важливим, більше того, визначальним чинником є вибір засобів масової комунікації для здійснення комунікаційної кампанії.

Виокремлюють такі критерії до ЗМК при виборі рекламних носіїв інформації:

- якісний рівень рекламної продукції, оригінальність і яскравість ідеї та її втілення в конкретні тексти, логотипи, аудіо- та відеореєстри;
- рівень та інтенсивність завантаження ЗМК рекламними матеріалами конкурентів, які потрібно «перегравати» не тільки якісно, а й кількісно;
- основні характеристики ЗМК:
 - розмір і характер аудиторії (кількість і соціальні групи телеглядачів, слухачів, читачів, користувачів);
 - територія розповсюдження (регіон, кількість населення);
 - рейтинг (впливовість);
 - обсяги інформації, на яку можна розраховувати (формат віщання теле- або радіостанції, обсяги газети, що виділяються під рекламну продукцію);
 - інтенсивність, регулярність і час виходу в ефір, друк та ін.;
 - оперативність подачі рекламних матеріалів;
 - аналіз ефективності попередніх комунікаційних компаній;
 - вартість розміщення реклами тощо.

Але при виборі ЗМК варто мати на увазі, що план інформаційно-комунікаційної діяльності не повинен бути суто механічним поєднанням використання різних інформаційно-комунікаційних каналів.

Таке планування часто-густо здійснюється на поєднання раціональних та ірраціональних (інтуїтивних) компонентів теорії і досвіду.

Дійсно, якщо перед нами стоїть завдання оперативно подати певну інформацію (скажімо, швидко відреагувати на звинувачення конкурентів), краще вибрати радіостанцію, ніж тижневу газету.

Натомість газету зазвичай читає від 2 до 4 осіб — членів сім'ї в місті, а в селі до них приєднуються ще й сусіди та родичі. Отже, рекламний вплив газети значно більший, ніж заявлений тираж, і довший, ніж повідомлення в передачі FM-радіостанції.

Якщо ми хочемо вплинути своїми рекламними матеріалами на автомобілістів, нам, очевидно, варто вибрати час виходу в ефір FM-радіос-

танції з 7.00 до 8.00, або з 16.00 до 19.00, коли власники і користувачі автомобілів їдуть на роботу або повертаються додому.

Маючи за мету вплинути на пенсіонерів та домогосподарок, можна використати телебачення і проводове радіо і вдень, коли вони відправили своїх дітей та онуків на роботу чи до школи і займаються домашніми справами.

За необхідності здійснення впливу на «просунуту» в інформаційному плані ситуацію, зрозуміло, треба використовувати можливості Інтернету.

А якщо дозволяють фінанси і стоїть завдання охоплення найширшої аудиторії, найкращим вибором буде популярний телеканал з часом трансляції вашої рекламної продукції з 19.00 аж до 23.00. Зрозуміло, що варто звертати увагу, щоб в цей час на паралельних каналах не йшли новини або футбольний матч з першості світу або Європи. Тоді ваші зусилля й ефективність впливу будуть мінімізовані.

Зрозуміло, що, не знаючи цих особливостей, які набуваються лише практикою, і не володіючи теоретичними розробками в галузі психології, соціології, менеджменту, важко сподіватися на побудову оптимального плану інформаційно-комунікаційної діяльності будь-якої (державної чи недержавної організації чи установи). А без останнього навряд чи можна говорити про ефективність медіа-менеджменту як такого.

Розділ 9

Особливості інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій в традиційних мас-медіа

9.1. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в теле- та відео-просторі

Соціологи небезпідставно стверджують, що найбільш ефективним засобом інформаційно-комунікаційного впливу є телебачення, яке поєднує в собі можливості відео, аудіо та текстової подачі інформації. Більше того, після запровадження супутникового та Інтернет-телебачення, а також мобільного зв'язку можливості його зросли неймовірно.

Зросли настільки, що цілою галуззю, скажімо, соціальної чи політичної реклами стало створення відеопродукції, яка цілеспрямовано сприяє формуванню сконструйованого політологами, психологами та соціологами іміджу певного суб'єкта (державного чи недержавного) суспільної, у тому числі й політичної, діяльності.

З точки зору охоплення населення та впливу на аудиторію найбільш потужними, а відтак і найефективнішими мас-медіа є засоби *эфірного* (у тому числі супутникового) і *кабельного телебачення*.

Про особливості використання цих видів мас-медіа в роботі суспільних організацій можна довідатися з нижче вказаних основних типів та видів інформаційно-комунікаційної діяльності, які широко використовуються у суспільній практиці.

Основні типи інформаційно-комунікаційної діяльності в теле- відеопросторі

Отже, нам буде вельми пізнавально і корисно ознайомитися з основними типами інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій (політичних та громадських), які активно використовуються у світовій суспільній, у тому числі й передвиборчій практиці:

- *ознайомлення;*
- *розв'язання проблеми;*
- *свідчення;*
- *калейдоскоп контрастів;*

- *позитивні емоції;*
- *досвід;*
- *репортаж;*
- *організаційна прив'язка.*

Ознайомлення.

Цей тип інформаційно-комунікаційної діяльності спрямований на створення попереднього ґрунту для наступних подач інформаційно-рекламних, пропагандистських та PR-матеріалів. Основна його мета — сприяти упізнаваності назви суспільної (громадської) організації, партії чи імені її лідера, і як результат — укорінення в суспільній свідомості інформації на кшталт: «Є така партія!» або «Є така людина!» Отже, йдеться про формування певного бренду у суспільній свідомості, з яким у людей мають виникати певні (звичайно ж позитивні!) асоціації.

Розв'язання проблеми.

Такий тип інформаційно-комунікаційної діяльності покликаний сприяти роз'ясненню позицій суспільної організації та її лідерів з основних проблем соціально-економічного та культурно-духовного життя нації. Такими темами можуть бути, скажімо, проблеми міжнародних відносин, соціально-економічного розвитку країни, паливно-енергетичного комплексу та енергозбереження, пенсійного забезпечення, освіти, охорони здоров'я, збереження навколишнього середовища, виховання молоді тощо.

Свого часу відомий британський політик Джозеф Чемберлен розпочав свою політичну кар'єру з організації громадської кампанії з реформування освіти в своїй країні. Це дало йому змогу набутися популярності серед виборців, кілька разів поспіль вигравати посаду мера Бірмінгема, а згодом і стати одним з найуспішніших прем'єр-міністрів своєї країни.

Свідчення.

На підтримку суспільної (громадської) організації висловлюється популярна людина, яку поважають і шанують громадяни. По суті, цей варіант телевізійної режисури реалізується на основі застосування принципу декларації причетності до певної людини, партії, громадської організації тощо.

Наприклад, під час проведення виборчої кампанії 1988 р. Джордж Буш-старший використав відеокліп про зустріч кандидата (тоді віцепрезидента США) з керівником СРСР Михайлом Горбачовим. Цей відеоряд супроводжувався закадровими словами тодішнього американсько-

го президента Рональда Рейгана (що йшов з посади), який запевняв американців у тому, що він особисто довірив би Джорджу Бушу управління країною.

Ефектний психологічний трюк полягав у поєднанні високої на той час популярності М. Горбачова і Р. Рейгана і, як свідчили PR-фахівці, цей відеокліп створював враження, що голосом Р. Рейгана говорить... М. Горбачов, тоді досить популярна в американському суспільстві людина.

Але важливо «не передати куті меду» і вибрати насправді популярну людину для організації підтримки з телевізійного екрану. Скажімо, під час президентських перегонів 2004 року в Україні команда одного з кандидатів у президенти Віктора Януковича використала виступи на свою користь колишнього президента України Леоніда Кравчука, який на той час втратив свій рейтинг і вже не користувався підтримкою виборців.

Більше того, проросійська частина електорату В.Януковича, якій були до вподоби тези щодо повернення України «під омофор» Росії, дуже скептично ставилася до виступів Л.Кравчука щодо стратегічного партнерства з Росією. На думку цих людей, саме Л.Кравчук «розвалив Радянський Союз», підписавши разом з лідерами Росії та Білорусі Борисом Єльциним і Станіславом Шушкевичем відому Біловезьку угоду і тому його виступи не є щирими і, як наслідок, більше шкодили проведенню виборчої кампанії лідера Партії регіонів.

Калейдоскоп контрастів.

Такий теле- відеокліп створюється для формування негативного контрасту конкурентові і полягає в добиранні висловлювань (бажано протилежних) у різні часи і за різних обставин, але з одного і того питання. Демонстрація таких частин кліпу (по 10–15 секунд кожна) створює кандидату імідж людини, яка не має власних поглядів, діє кон'юктурно, сама собі суперечить, а відтак не викликає довіри у виборців.

Свого часу віце-президент США Уолтер Мондейл зумів переконати тодішнього американського президента Дж. Картера відмовитися від фінансування будівництва нового авіаносця вартістю 2 млрд дол., хоча в подальшому він таки був побудований. І ось у 1984 р. під час боротьби за президентське крісло У. Мондейл (до речі, невідомо з яких причин?!) з'явся в рекламному ролику саме на борту цього корабля! Це дало шикарний козир команді його конкурента Рональда Рейгана, яка майстерно використала цей прокол конкурента під час проведення теледебатів!

Позитивні емоції.

Такий теле- відеоматеріал, як правило, будується на поєднанні приємної, спокійної музики і сприятливого тла — лона природи, родинного кола, національних символів, творів мистецтва і архітектури тощо.

Музика, звукові ефекти, мальовничий краєвид та відомі і шановані усіма символи і витвори людського генію створюють чудовий фон для передання настроїв, супроводу авторського тексту тощо.

Але вибирати музичний супровід і символічний ряд треба дуже обережно. Скажімо, рок-музика не дуже сприймається людьми літнього віку, а, наприклад, революційний марш у виконанні духового оркестру — студентською молоддю. Для тих хто не любить американців, росіян, євреїв, українців, арабів чи негрів, демонстрація «надміру теплих» зустрічей з лідерами цих країн також може викликати не надто позитивні емоції...

Досвід.

Цей тип телевізійної та відеопродукції наголошує на авторитеті, вагомості та компетентності суспільної (політичної чи громадської) організації та її лідерів, значущості останніх в суспільній ієрархії суспільства.

Саме тому суспільні організації та їхні лідери часто-густо наголошують у своїх теле- відеоматеріалах на міжнародному визнанні своїх організацій або високому рейтингові довіри чи впливовості в своїй країні. І це зрозуміло.

Якщо, наприклад, представників певної політичної чи громадської організації запрошують бути міжнародними спостерігачами на виборах в іншій країні, або залучають до виконання гуманітарних місій в районах стихійних лих або військових конфліктів, це свідчить про дієвість і певні організаційні (та інші) можливості вказаних організацій та їх лідерів.

Репортаж.

Такий тип телевізійної режисури є найпоширенішим. Він в традиційній формі подачі інформаційного матеріалу розповідає про певні події, акції, зустрічі і т.ін.

Приводом для висвітлення у мас-медіа може бути введення в дію нової лікарні, відкриття нової станції метро чи сучасного шкільного комплексу, освячення нової церкви чи повернення на батьківщину релігійної святині, проведення студентської чи учнівської олімпіади з політології чи фізики тощо.

Урядовцям важливо показати дієвість своєї роботи, а громадським організаціям — свою корисність у служінню суспільній громаді. Тому,

звичайно, коли ми бачимо по телевізору заклопотані обличчя міністрів і депутатів парламенту, ми розуміємо — влада працює!

А коли спостерігаємо, як громадська організація пікетує «злочинну владу» чи перекриває проспект у центрі через невідплати зарплатні або санкціонування будівництва приватного будинку на території міського ботанічного саду, ми теж розуміємо — громадськість на варті!

У будь-якому випадку тут важливо створити або скористатися подіями, що обов'язково привернуть увагу громадян і які просто не в змозі будуть проігнорувати навіть і «куплені» мас-медіа.

Організаційна прив'язка.

Цей тип інформаційно-комунікаційної діяльності використовують для оголошення в телевізійних мас-медіа місця і часу проведення певних подій, акцій, заходів, прив'язки до інших джерел інформації.

Останній аспект є дуже важливим і може використовуватися передусім наприкінці використання такого типу теле- відеодіяльності як ***ознайомлення***.

Але може реалізовуватися й інший варіант. Наприклад, традиційна (паперова) або електронна (веб-сайт) газета, вміщуючи інтерв'ю з кандидатом у президенти, може зробити у передмові до іміджевого матеріалу наголос на кшталт: «Цей політолог вже дуже відомий в Україні завдяки передачі «Відверто і вголос», яку ви щодня слухаєте о 19 годині 30 хвилин на першому каналі Українського радіо...»

Отже, як можна побачити із написаного вище, типи інформаційно-комунікаційної діяльності в теле- та відеопросторі з точки зору етапів і якісних параметрів формування та еволюції іміджу суспільної (політичної чи громадської) організації та її лідерів залежать насамперед від інформаційно-функціональних підходів, що визначають мету і засоби її реалізації при підготовці інформаційних матеріалів.

Тривалість таких інформаційних матеріалів в засобах ефірного (та й кабельного) телебачення не має чітких творчих обмежень. Натомість є обмеження фінансового і психологічного характеру.

Зрозуміло, що вартість трансляції таких інформаційно-реklamних, пропагандистських чи PR-матеріалів на телебаченні, особливо у «прайм-тайм», є дуже високою. Окрім того, варто пам'ятати, що інформаційні сюжети, які тривають в ефірі більше однієї хвилини (максимум хвилину і 20-30 секунд) викликають у глядачів велике бажання переключитися на інший канал. Благо, зараз ці можливості практично не обмежені...

Основні види інформаційно-комунікаційної діяльності в теле- відеопросторі

Основні види інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій в теле- відеопросторі визначаються кількома чинниками, насамперед, тривалістю купленого ефірного часу та формою подачі матеріалів:

Упізнавання-нагадування (тривалість - 15 секунд).

Характеризується багаторазовим повтором назви суспільної (політичної чи громадської) організації та її лідера (лідерів) та ключової фрази (якщо іде передвиборча кампанія) на кшталт: «Дітям — морозиво, жінкам — квіти, пенсіонерам — пенсії».

Такий вид суспільної телевізійної реклами використовується переважно на початкових етапах рекламної кампанії, коли треба вкоренити у суспільну свідомість фірмовий знак, тобто — бренд суспільного «товару».

Під час виборчої кампанії для мобілізації свого електорату не зайвим буде ще раз нагадати виборцям напередодні виборів про необхідність прийти на вибори і проголосувати (просто так, за будь-кого).

Провідна ідея (30 секунд).

Полягає в репрезентації основної ідеї діяльності суспільної (політичної чи громадської) організації, виборчої кампанії блоку, партії чи кандидата, особистих якостей, біографічних даних останнього тощо.

Це найпоширеніша форма, доволі змістовна й фінансово доступна. Тут важливо сформулювати яскравий і емоційний слоган, який має «просто бити наповал» і запам'ятовуватися навіть (або насамперед!) дітям. (Ми ж не дивуємося вже тому, що наші малолітні нащадки, які ще ходять пішки під стіл, прекрасно орієнтуються в марках пива, видах прокладок чи засобах підтримки потенції!).

Стисла розповідь (1–2 хвилини).

Характеризується глибшою розповіддю про суспільну (громадську чи політичну) організацію та її лідерів. Наводяться основні етапи становлення та розвитку організації, характеристики та стислі біографічні дані її лідерів, приклади ефективної суспільної діяльності та основні тези передвиборчої програми (якщо метою є перемога на виборах) і т.ін.

Грунтовна розповідь (понад 2 хвилини).

На відміну від стислої розповіді, такий вид інформаційно-комунікаційної діяльності є більш тривалим переповіданням про суспільну органі-

зацію та (чи) її лідерів. По суті цей вид інформаційно-комунікаційної діяльності є мікро- чи міні- телефільмом із власним сюжетом і набором властивих даному телевізійному жанрові форм і творчих методів подачі інформації.

Даний вид інформаційно-комунікаційної діяльності використовується у трьох випадках:

1. коли є великі гроші на оплату ефірного часу;
2. наявні достатні медіа-ресурси трансляції цих матеріалів у підконтрольних телевізійних станціях;
3. за умови надання достатнього ефірного часу, викупленого, наприклад, виборчою комісією для виступів представників політичних партій, блоків чи окремих кандидатів на виборні посади (розподіляється між усіма учасниками передвиборчого змагання на рівних засадах).

Випуск спеціальних інформаційних програм.

Такі спеціальні інформаційні програми чи телевізійні дайджести про діяльність, наприклад, тої чи іншої суспільної організації, політика чи партії, безкоштовно надсилаються (передаються) переважно до кабельних або регіональних телекомпаній, які мають певні обмеження у своїй присутності в столиці, не кажучи вже про інші країни. Зрозуміло, що вихід в кабельний ефір подібних програм теж відбувається «не просто так».

Водночас, варто зауважити, що глядачі кабельних мереж, на відміну від споживачів інформації через ефірне телебачення, мають вибір: дивитися ці програми, чи ні. «Демократичний плюс» полягає в тому, що цей вид інформаційно-комунікаційної діяльності не нав'язується глядачеві під час перегляду футбольного матчу чи серіалу, і відтак, не дратує людей перервами на рекламні паузи.

Наприклад, до 50 % американських конгресменів (депутатів національного парламенту) випускає власні «Вашингтон ріпорт», що дає змогу парламентаріям перетворити політичне життя на постійну виборчу кампанію.

Інтерактивне телебачення.

Цей вид інформаційно-комунікаційної діяльності в теле- відеопросторі передбачає можливість безпосереднього спілкування із глядачами у прямому ефірі. В даному випадку можуть використовуватися телевізійні студії в інших містах, регіонах чи країнах, а також пересувні телевізійні станції (ПТС), які забезпечують спілкування безпосередньо з місця подій.

Окрім того, можна організувати постійний зв'язок з громадянами (виборцями), запропонувавши взяти участь у телефонному, телевізійному або комп'ютерному опитуваннях безпосередньо після проведення певних вагомих суспільних (політичних) акцій, показаних по телебаченню: мітингів, з'їздів, слухань, дебатів тощо. Це дає змогу суспільним організаціям та їх лідерам оперативно звіряти, наскільки їхні основні програмні принципи, настанови, стандарти поведінки відповідають переконанням і настроям більшості громадян.

Основні принципи інформаційно-комунікаційної діяльності в теле- відеопросторі

Принцип кількісної оптимальності.

Цей принцип полягає в тому, що інформаційно-комунікаційна діяльність в теле- відеопросторі не повинна мати крайнощів у своїх масштабах та акцентах висвітлення.

З одного боку, погано, якщо суспільна організація та її лідери практично не присутні в ефірі. Тоді виникає питання: «Чи є вони взагалі, а якщо є, чи роблять вони щось реальне?»

З іншого боку, якщо згадана організація та її лідери надто часто «світяться» в ефірі, виникає слушне запитання: «Де це вони набрали стільки грошей на оплату телетрансляцій?..»

Це, до речі, стосується і представників держави, і представників громадянського суспільства. Чимало державних чиновників, прагнучи «прогнутися» перед начальством, будують інформаційно-комунікаційну діяльність владних структур, виходячи з принципу: «Президента (прем'єра, спікера, губернатора — допишіть самі) в ефірі — багато не буває!»

Ось і спостерігаємо ми на телеекранах провладних мас-медіа так зване «паркетне» телебачення: президент сказав, вручив, подзвонив, дав доручення... Як результат - падіння рейтингу інформаційних (новинних) передач і каналу загалом в наслідок не оптимальної інформаційно-комунікаційної діяльності (в даному випадку державних структур).

А за цим, безумовно, слідує і падіння власного рейтингу суб'єктів державної влади. — Виявляється, що багато, не так вже й добре!

Принцип рівних можливостей.

Особливо важливим є хоча б формальне дотримання цього принципу під час проведення виборчої кампанії, оскільки і в цьому випадку надмірна присутність в ефірі тієї чи іншої організації чи людини може серйозно зашкодити справі.

Яскравий приклад тому — вибори до парламенту Росії 1993 р., коли численні блоки правлячої еліти Російської Федерації, маючи незаперечну перевагу в засобах масової комунікації, вочевидь «передали куті меду» у рекламі представників ельцинської «партії влади».

Як наслідок — організатори виборів програли, оскільки не змогли (хоча б частково) переконати телеглядачів у справедливості розподілу ефірного часу, а читачів газет — у чесному розподілі газетних шпальт між представниками різних політичних угруповань. А якщо додати до цього ще й закриття опозиційних влади газет, стає зрозумілішим вибір російських громадян, яким набридло бути об'єктом відкритих маніпуляцій і перекручувань.

Аналогічні приклади можна навести і з вітчизняної політичної практики. Зокрема, під час президентських перегонів 1994 р. державне телебачення і радіо відверто віддавали перевагу тодішньому президентові Л. Кравчуку. Це викликало спротив виборців, і вони віддали перевагу Л. Кучмі.

Натомість під час президентських перегонів 2004 р. контрольовані владою та «біло-голубими» ЗМК явно «грали» на користь чинного прем'єр-міністра В. Януковича, а його опонента В. Ющенка висвітлювали з негативним підтекстом.

А під час третього туру президентських виборів, коли «помаранчеві» домоглися в суді переголосовки, ситуація помінялася з точністю до навпаки. На цей раз ті ж самі мас-медіа, що кілька тижнів тому вихваляли до небес В.Януковича, виконували вже інше «соціальне замовлення» і піддавали його, хто - нищівній, хто - поміркованій, хто - конструктивній, але все-таки - критиці.

Отже, надмірний обсяг часу присутності суспільних організацій та їх лідерів в теле- відеопросторі зовсім не означає, що це для громадян важливіше, ніж їх безпосередня, реальна діяльність та програма на майбутнє. Вигравати треба — якістю! Хоча, повторимося, цим аспектам суспільних комунікацій, безумовно, треба приділяти належну увагу.

Принцип оптимальності часу трансляції

Вибір часу та каналів трансляції зразків суспільної реклами, пропаганди та паблік рилейшнз в теле-відеопросторі також має велике значення. Зрозуміло, що розміщувати ці матеріали варто у той день і час, коли біля екранів телевізорів збирається найбільша аудиторія.

Дуже важливо при цьому знати рейтинг конкретних інформаційних або інших програм і телевізійних каналів. І справа тут не лише у ресурсах, які потрібно задіяти при реалізації того чи іншого проекту

(медійних, адміністративних, фінансових тощо). Головне — ефективність інформаційно-комунікаційної діяльності, яка напряму залежить від кількісних параметрів доступної даному мас-медіа аудиторії глядачів.

Окрім того, якщо мова йде про вибори, фахівці з паблік рилейшнз радять основний удар рекламної кампанії спрямовувати за один-два тижні (але не пізніше двох днів) до дня голосування.

Принцип візуальної телегенічності.

«Зустрічають — по одягу, а проводжають — по розуму». Це прислів'я є актуальним і для телебачення. Тому вибір людей, які репрезентуватимуть суспільну організацію в телепередачі, є дуже важливою, оскільки по тому, як вони виглядатимуть і що говоритимуть, будуть судити і про суспільну організацію (державну чи недержавну). Отже, і форма важлива, і зміст.

Підбираючи одяг, бажано враховувати, що в темному кольорі люди на завжди здається меншою, а в світлому — більшою. Це стосується і висоти, і ширини. Отже, враховуйте свою статуру і те, як ви хочете виглядати на екрані телевізора.

Білий колір надто ясний, він буде дещо сліпити. Відтак під костюм варто одягти бежеву, сіру чи світло-блакитну сорочку. Треба також взяти до уваги, що яскраво-червоні й жовті кольори створюють червоно-жовте блимання по краях екрана.

Недоцільно, на думку психологів і професійних телеоператорів, використовувати дрібні аксесуари і одяг у «горошок», оскільки під час перегляду телепередачі створюється враження, що смужки, візерунки та «горошок» ніби рухаються по екрану. Шпилька на краватці має бути великою і виразною.

Бажано також під час проведення передачі уникати наявності блискучих металів (оправ окулярів, ручок, значків), позаяк вони відбивають світло.

Під час зйомок телевізійні «юпітери» різкіше окреслюють зморшки, веснянки, щетину, піт, тому обов'язково потрібно користуватись відповідним гримом. А якщо передача буде тривати досить довгий час (особливо в літній період), бажано, щоб гример був завжди поруч, аби вчасно прийти на допомогу...

Зрозуміло, що ми зупинилися лише на деяких принципах використання можливостей телебачення в інформаційно-комунікаційній діяльності суспільних організацій, але й вони дають уяву про напрями, в яких потрібно рухатися.

9.2. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в аудіо-просторі

Специфіка радіо

При всій повазі до телебачення все-таки слід визнати, що не варто записувати в запас і радіо, яке має чи не найбільшу з усіх мас-медіа доступність, оперативність і технічну простоту підготовки і поширення інформаційних повідомлень.

Цей вид ЗМК є дуже доступним тому, що радіоприймачі мають невисоку ціну і характеризуються можливістю прийняти радіопередачі не тільки вдома, а й на роботі, в дорозі, на відпочинку. А останнім часом, коли практично всі сучасні моделі мобільних телефонів реалізують функції FM-радіоприймачів, можливості радіо, безумовно, дуже зросли.

А те, що радіо було і залишається потужним інструментом інформаційного впливу, який формує масову свідомість і визначає поведінку людей, свідчить сама історія.

Наприклад, заклики західних радіостанцій «Голос Америки» і «Вільна Європа» у 1956 р. в Угорщині чималою мірою спровокували вихід людей на вулиці з протестами проти існуючого політичного режиму. Ці радіостанції обіцяли допомогу західних країн беззбройним повстанцям. Допомога, до речі, не прийшла, і повстання розчавили радянські танки, але люди-таки вийшли на вулиці. І це — факт.

Інший спосіб радіокомунікації використали США під час здійснення окупації Іраку. Вони закидали іракців радіоприймачами, налаштованими на одну-єдину хвилю — хвилю американської радіостанції. Певною мірою це сприяло реалізації планів «психологічної війни», яка велась вкупі з «гарячою війною» проти суверенної держави, оскільки пентагонівська радіостанція, звісно, закликала не захищати «антинародний режим С. Хусейна».

Останнім часом активно використовується і мобільний зв'язок (себе — радіотелефони) в подібних цілях. Наприклад, у Венесуелі упродовж певного часу для дестабілізації режиму президента У. Чавеса використовувалися SMS-повідомлення із закликами до непокори і демонстрацій.

В Італії під час виборів до Європарламенту уряд С. Берлусконі надсилав SMS із закликами прийти на вибори, а прес-служба Римського Папи регулярно надсилав віруючим повідомлення із фрагментами своїх проповідей.

Та і в Україні під час президентської кампанії 2004 р. прогресивні і «просунуті» виборці обмінювалися повідомленнями на кшталт: «Ющен-

ко — так, Янукович —...» ну, самі знаєте... А на парламентських виборах 2006 р., розчарований діями «помаранчевих олігархів» електорат писав вже зовсім інше...

Радіо - надзвичайно оперативний і емоційний засіб масової комунікації, який вимагає ретельної роботи зі звуком, але може створювати ефект довіри при спілкуванні з аудиторією.

На думку фахівців з радіожурналістики, позаяк *радіо має справи зі звуком і враженнями, воно меншою мірою прощає помилки, ніж кіно і телебачення*.

Вони переконані, що технологія в радіорекламі завжди є другорядною по відношенню до таланту, який виражає себе в голосах, сценарії (мова, сюжети, ідеї) та режисурі (володіння голосом, гра словами та дією).

Історія свідчить, що політики, які мали хист і бажання працювати з аудіальними мас-медіа, були досить успішними у своїй діяльності. Згадаймо хоча б американського президента Ф.Рузвельта, постійні радіозвернення якого до американського народу збирали величезні аудиторії слухачів, які отримували інформацію з перших уст про роботу уряду з подолання системної економічної кризи, що накрила США у 30-х роках минулого століття.

Майстерно використовували можливості свого тембру голосу і пристойну дикцію наприкінці ХХ століття один із його правонаступників — дворазовий президент США Р. Рейган і трьохразова прем'єр-міністр Великої Британії М. Тетчер. Остання, до речі, брала уроки у викладачів Лондонської опери, які «ставили» її голос і робили його не таким пронизливим і «верескливим».

Голос є емоційною основою інформаційно-комунікаційної діяльності на радіо, який потребує особливого рівня професіоналізму. Тому, наприклад, для запису радіопередач і радіокліпів бажано запрошувати професійних акторів, а не ведучих радіоефірів чи DJ-ів.

Більшість ведучих на радіо зазвичай використовують один режим свого голосу, в той час як професійний актор може майстерно змінювати інтонації, темпи і манери мовлення, що дає можливість емоційно привертати увагу слухачів.

І це дуже важливо, оскільки емоційно абсолютно по-різному потрібно розповідати біографічну історію, читати текст агресивної реклами, «нищити» конкурентів чи пояснювати свої позиції з приводу «гарячої» події.

Заради справедливості варто визнати, що невдалий сценарій радіоролика чи передачі, багатослів'я і складну мову ніколи не компенсуєш найприємнішим тембром голосу чи використанням «прикольної» музики.

Рекламні аудіороліки

Більшість рекламних радіороликів транслюється впродовж 60 секунд.

З них 5 секунд іде на інформацію про замовника реклами (як в США) або відповідно до якої ліцензії діє, скажімо, туристична фірма (як в Україні). Ще 5 секунд потрібно зарезервувати для музичної заставки і звукових спецефектів. Отже, залишається 50 секунд, які потрібно ефективно використати.

Радіоповідомлення сприймаються на слух, тому важливо розуміти, що велика кількість деталей, цифр, фактів ускладнює сприйняття інформації.

Психологи стверджують, що на слух людський мозок здатен сприйняти і запам'ятати не більше 20 % інформації.

Для сприйняття теми інформаційного повідомлення та його вузлових моментів, потрібно до п'яти разів повторювати їх різними словами.

Інакше кажучи, стилістичним різноманіттям потрібно маскувати одноманітність змісту, що закладається у свідомість людей [113, с. 80].

Ключовою в інформаційно-рекламному повідомленні є перша фраза. Вона має бути простою і разом з тим цікавою настільки, щоб радіослухач не переключився на іншу FM-станцію, де в цей час транслюють гарну музику.

«Зачепити» свідомість людини можна гумором, цікавою цитатою чи фактом або оригінальним звуковим спецефектом.

А далі з почуттям читайте свій текст і не забувайте про час, оскільки скоромовкою, як ми вже з'ясували, позитивного ефекту не досягнеш.

Режисура аудіоролика, під якою розуміють ті чи інші інтонації в контексті загальної тональності рекламного матеріалу, має надзвичайно важливе значення.

При виборі загальної тональності інформаційного матеріалу зазвичай вибирають м'який, спокійний, ностальгічний тон для - біографії або розповіді, жорсткий і швидкий тон - для новин і агресивний - для критики.

Музичний фон і заставки теж створюють відповідний емоційний настрій, що сприяє сприйняттю і запам'ятовуванню бажаної для нас інформації.

Недоліком використання радіо в суспільній комунікації є потреби багаторазового повторення інформаційного повідомлення. Це викликано, насамперед, 20-відсотковим засвоєнням сприйнятої на слух інформації та нестабільністю аудиторії цього виду мас-медіа, яка значно змінюється протягом дня.

Саме тому FM-радіостанції рідко практикують серійні програми, розраховані на стійкий комунікаційний зв'язок з однією і тією самою аудиторією.

Типологія радіостанцій

Загалом радіостанції поділяють за такими ознаками [51]:

I. За формою власності:

- державні;
- недержавні (приватні і громадські);
- комерційні;
- некомерційні.

II. За способом поширення сигналу та діапазоном мовлення:

- дровові (одно- трьохпрограмні);
- ефірні

(DX (LV) — довгохвильові (long wave) з частотами 148–408 КГц;

CX (MW) — середньохвильові (middle wave) з частотами 526,5–1606, 5 КГц, так звана амплітудна модуляція (Amplitude Modulation);

KX (SW) — короткохвильові (short wave) з десятьма піддіапазонами й частотами від 3,95 МГц до 26,1 МГц;

UKX-1 — ультракороткохвильові з нижнім піддіапазоном ультракоротких хвиль із частотами 64,0–87,5 МГц;

UKX-2 — ультракороткохвильові з верхнім піддіапазоном ультракоротких хвиль із частотами 87,5–108,0 МГц з так званою частотною модуляцією FM (Frequency Modulation);

- супутникові радіостанції (з трансляцією сигналу через супутник);
- інтернет-радіостанції (які працюють в режимі реального часу on-line або з розміщенням програм на власних сайтах з прослуховуванням в будь-який час).

III. За типом і форматом мовлення:

- розмовні (музика — як фон та заставки);
- розмовно(70 %)-музичні (30 %);
- музично(70%)-розмовні (30%);
- музичні (10–20 % інформаційних програм, решта — музика).

IV. За способом трансляції програмного продукту:

- радіостанції-транслянти (з продукцією переважно власного виробництва);
- радіостанції-ретранслянти (з ретрансляцією програм центральної мережевої станції в прямому ефірі на основі ліцензійних угод).

V. За територіальним мовленням:

- **локальні** (ведуть мовлення на місцевому або регіональному ринку на одній або кількох частотах, що належать до різних діапазонів);
- **мережеві** (ведуть мовлення на двох або більше місцевих або регіональних ринках на кількох частотах, що належать до різних діапазонів).

Радіомережі поділяються на два види:

1. франчайзингові (від англ. «franchising» — надання привілеїв)
2. консолідовані (від англ. «consolidation» — об'єднання).

Франчайзингові радіомережі — об'єднання локальних станцій, які ретранслюють програми центральної (мережевої) станції (безкоштовно) із власними рекламними та інформаційними вставками (за певний відсоток з прибутку від реклами).

До речі, франчайзингові радіомережі мають, як правило, аудиторію зі сталими соціально-демографічними параметрами, що є важливим при здійсненні інформаційно-комунікаційної діяльності суспільних організацій та окремих лідерів.

Консолідовані радіомережі — об'єднання локальних станцій на одній території з різною програмною продукцією і різноманітною аудиторією.

Наостанок зазначимо, що при плануванні інформаційно-комунікаційної діяльності в аудіопросторі, варто враховувати як особливості типології радіостанцій, так і соціально-психологічні аспекти сприйняття інформації, що транслюється в радіоефері. Якщо, звичайно, ви насправді прагнете досягти ефективності у його використанні.

9.3. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в друкованих ЗМК

Не зважаючи на те, що безперечними лідерами з точки зору охоплення масової аудиторії є телевізійні комунікаційні канали, не варто недооцінювати й традиційну рекламу в газетах та журналах.

Вибираючи друкований засіб масової комунікації, потрібно звернути увагу на реальний тираж і регіони розповсюдження газети чи журналу. Якщо ці параметри вас влаштовують, потрібно також врахувати соціально-психологічні настанови читачів даного ЗМК.

Для прикладу звернемося до результатів дослідження читачької аудиторії однієї з масових українських газет — «України молоді», яке здій-

снила в березні 2004 р. лабораторія соціальної психології Інституту психології ім. Г. Костюка АПН України.

Насамперед повідомимо, що газета «Україна молода» на той час виходила 5 разів на тиждень форматом А4 на 16 полосах і мала наклад 115–120 тис. примірників, що коливався за рахунок помісячної передплати.

Нам (і редакції газети теж!) було дуже цікаво знати читацький зріз споживачів друкованого слова цього мас-медіа.

Структура читацького загалу «України молоді»

Серед 837 респондентів було 50,4 % чоловіків і 49,6 % жінок.

За віком читачі розподілилися так: до 20 років мали 5,4 %; від 21 до 30 років — 20,4 %; від 31 до 40 років — 15,7 %; від 41 до 50 років — 18,2 %; від 51 до 60 років — 16,4 %; понад 60 років — 24 %.

Важливим для дослідників громадської думки є показник рівня освіти респондентів. Повну вищу освіту задекларували 52,5 % опитаних, а 3,8 % на додаток ще й мали вчений ступінь кандидата або доктора наук.

Базову вищу освіту (бакалавр) мали 7,2 %, а про середню спеціальну освіту (молодший спеціаліст) повідомили 21,7 % респондентів. Повну середню освіту мали 10,8 %, а неповну середню освіту — 3,8 % учасників соціопсихологічного дослідження.

Серед тих, хто люб'язно погодився відповісти на анкети, 13,9 % працювали у промисловості, 9,6 % займалися сільським господарством, а 8,3 % були зайняті у сфері бізнесу. Чимало з них працювали в наукових і освітніх установах та закладах культури — 33,9 %, а 6,3 % — в управлінській сфері. А понад 36,5 % респондентів перебували або на заслуженому відпочинку, або тимчасово не працювали. Переважна більшість із них, звичайно, були пенсіонерами. Показово, що 29,6 % проживали в сільській місцевості, решта — у містах України.

Технології доставки газети до споживача

Достеменно можемо сказати, що 69 % читачів отримують газету за передплатою, 11 % купують у кіосках, 13,3 % беруть у знайомих чи родичів, а решта (6,5 %) вказали інші шляхи надходження газети в руки прагнучих долучитися до об'єктивного джерела інформації. Цікаво, що чоловіки більшою мірою, ніж жінки (14,9 % проти 7,0 %), орієнтовані на придбання газети в кіосках Укрдруку. В інших питаннях принципових відмінностей немає.

Читабельність матеріалів (кількісні параметри)

Для редакції і для авторів, безперечно, важливими є обсяги матеріалів, що друкуються в газеті.

За свідченням наших респондентів, *найбільш читабельними є матеріали обсягом 101–300 рядків (52,5 %), далі відзначаються матеріали обсягом 51–100 рядків (47,5 %), до 50 рядків (45,7 %), понад 500 рядків (41 %) і 301–500 рядків (30 %) — сума перевищує 100 % тому, що респонденти могли виокремити кілька відповідей (але не більше трьох).*

Показово, що статеві відмінності і тут спрацьовують. Скажімо, чоловіки більшою мірою орієнтуються на матеріали обсягом 101–300 рядків (59 % проти 45,4 % у жінок), а жінки більш охоче читають великі статті обсягом понад 500 рядків (43,7 % проти 38,5 % у чоловіків).

Рейтинг рубрик газети

Велике зацікавлення викликає й рейтинг найбільш читабельних сторінок «України молоді». Найпопулярніші у читачів *політика великим планом — 65,5 % і політінформація — 61,4 %*. Вони виокремлюються значним відривом.

Далі можемо назвати *минуле і думи — 35,4 %; перша сторінка — 34,1 %; у номер — 30,7 %; культура — 28,9 %; економіка і здоров'я — по 28,5 %; я вам пишу — 28 %; спорт — 25,6 %*.

За ними респонденти назвали *інфорум — 22 %; калейдоскоп — 16,8 %; селяни і ко — 14,8 %; молодняк — 7,8 % і підтримка — 7,6 %*.

Отже, замовляючи рекламу, наприклад в цій газеті, бажано звертати увагу не тільки на загальну популярність газети, а й на читабельність тієї чи іншої її полоси. Але найпопулярніші зазвичай і найдоржчі!

Цікаво, що *політика великим планом* більшою мірою цікавила чоловіків, ніж жінок (80 % проти 50,7 %), як і *політінформація* (64 % проти 58,8 %). А жінкам більше до вподоби були сторінки *культури* (39,4 % проти 18,7 %) і *здоров'я* (37,6 % проти 19,6 % чоловічих прибічників цієї тематики). А *спорт*, звичайно, справа чоловіча. Ним цікавилася 44 % респондентів-чоловіків і лише 6,8 % опитаних жінок.

Чоловіки, крім того, більше орієнтувалися на *селянську проблематику* (20,9 % проти 8,6 %), а також на *економічні публікації* (31,1 % проти 25,8 % у жінок). А жінки частіше звертають увагу на *першу сторінку* газети (37,1 % проти 31,1 % у чоловіків).

Погляди читачів газети на важливі політичні питання

1. Вибірчі процедури

Схоже, що пропорційна виборча система на той час оволоділа суспільною свідомістю досить міцно. На думку 70,2 % опитаних парламентські вибори треба проводити саме за такою виборчою технологією. Але серед цієї групи опитаних були прибічники голосування за єдиними для всієї країни партійними списками — 56,5 % від загальної кількості респондентів і прибічники проведення виборів за пропорційною системою з балотуванням обласних партійних списків в кожній області окремо — 13,7 % від загальної кількості опитаних.

За мажоритарну систему проведення виборів до Верховної Ради висловилося 15,5 %, а за змішану систему (коли одна половина депутатів обирається за партійними списками, а друга половина обирається від територіальних округів) — 12,1 % від загальної кількості опитаних. Інші думки висловило 2,2 % респондентів.

До того ж чоловіки більшою мірою виявили себе прибічниками пропорційної системи (61,8 % проти 51,1 % у жінок), а жінки більшою мірою висловилися за збереження змішаної виборчої системи, за якою проходили минулі вибори до парламенту (15,4 % проти 8,9 % у чоловіків).

2. Процедури формування уряду

Якщо з виборами все було більш-менш ясно, то з призначенням урядовців суспільна думка ще повною мірою на час проведення дослідження не визначилася. За збереження існуючої процедури затвердження прем'єр-міністра (президентом — після обрання парламентом) висловилося 43,3 % опитаних. Передати ці повноваження Верховній Раді пропонували 33,9 % респондентів, а 15,6 % висловилися за одноосібне призначення прем'єр-міністра президентом України. Були й інші думки, але вони не були статистично значущими.

Показово, що жінки більшою мірою висловилися за збільшення повноважень парламенту в зазначеному питанні (37,1 % проти 30,7 % у чоловіків), а чоловіки більшою мірою виступали за призначення прем'єр-міністра президентом після обрання його парламентом (47,1 % проти 39,4 % у жінок).

Стосовно призначення міністрів і голів держкомітетів, то 40,6 % опитаних вважали, що це повинен робити президент за поданням прем'єр-міністра, 29,4 % були переконані, що міністрів має призначати президент за поданням Верховної Ради. Трохи більше 18,6 % пропонували віддати ці повноваження повністю парламенту і лише 3,8 % респон-

дентів висловилося за одноосібне призначення міністрів і голів держкомітетів президентом України.

Аналіз думок чоловіків і жінок з цього приводу засвідчив, що жінки виступали більшою мірою, ніж чоловіки, за призначення міністрів і голів держкомітетів президентом — за поданням парламенту (36,7 % проти 22,2 %) і меншою мірою — за призначення вказаних вище посадових осіб президентом — за поданням прем'єр-міністра України (34,8 % проти 46,2 %).

Ми навели узагальнені дані думок респондентів щодо політичних проблем сучасного політичного життя як ілюстрацію статевих відмінностей в оцінці тих чи інших процесів і явищ. І це, звичайно, треба враховувати при підготовці рекламних матеріалів для друкованих ЗМК.

Отже, при використанні друкованих мас-медіа у своїй інформаційно-комунікаційній діяльності бажано знати не тільки загальні характеристики видання, а й структуру читачького загалу та його переваги щодо конкретних тем, сторінок, рубрик і т.ін.

Особливої ваги набуває друкована реклама під час проведення виборчих кампаній на всіх рівнях владної ієрархії.

Зокрема, важливим і досить ефективним засобом комунікації є листівки, при підготовці яких варто дослуховуватися порад психологів і соціологів.

Аналіз текстів передвиборних листівок зразка 1990 р., проведений політичними психологами, показав, що в переважній більшості листівок було недостатньо даних про особистість кандидата.

Лише 8 % листівок були з фотографіями. Тільки 36 % листівок розміщували більш-менш розгорнуті або протокольні згадані особистісні характеристики кандидата. Недостатньо інформації було про сімейний стан кандидатів, їхніх дружин і чоловіків — вона була лише у 18 % вивчених передвиборних листівок кандидатів, які балотувалися по Києву і Київській області. Деяко більше «пощастило» дітям — про них написали 62 % кандидатів.

Загалом особистості кандидата було присвячено близько 9 % загального тексту листівки, тоді як складові програми займали решту текстової площі.

Але виборці на той час вивели зовсім інший рейтинг інформації, яку бажали отримати з передвиборних листівок. Насамперед їх цікавили особистісні характеристики на кшталт «демократ — бюрократ», «нового зразка — старого зразка», «корисний — некорисний», «приємний — неприємний» і навіть «красивий — некрасивий».

Друга координата лежала також в особистісній площині, але через сприйняття передвиборних програм. Тут виявилися такі ознаки, як «впевнений — невпевнений», «серйозний — несерйозний», «стійкий — нестійкий» та ін. І тільки після цих параметрів оцінки йшли такі фактори, як біографічні дані й передвиборна програма як така.

Отже, результати соціально-психологічного дослідження показали, що *під час підготовки передвиборчої листівки бажано на перший план вивести кандидата як людину, а потім уже подавати інформацію про його життєвий шлях і передвиборну програму.*

Ви можете сказати, що за цей час багато чого змінилося у суспільному житті. Це правда, але нас це дослідження цікавить не лише з наукової точки зору. Людська психіка змінюється не так динамічно, як політика, і тому наведені дані є актуальними і донині, хоча, безумовно, поліграфічні та інші можливості оформлення листівок значно змінилися.

Проте правила побудови та структура цієї форми друкованої суспільної комунікації залишилися майже без змін.

Правила побудови передвиборчих листівок

1. Найсильніший аргумент листівки доцільно зосередити на самому початку для того, щоб її все-таки дочитали до кінця.

2. Кількість змістових блоків не повинна перевищувати 7 плюс-мінус 2 одиниці (відоме «психологічне число»).

3. Кожний абзац має складатися з трьох-чотирьох фраз.

4. Бажано використовувати короткі, прості речення.

5. Якомога рідше потрібно вживати прислівники.

6. Варто обходитись без загальних фраз і декларативних заяв.

7. Не варто користуватися неперевіреними й сумнівними фактами.

8. Текст краще структурувати різними шрифтами, розбити за пунктами: 1, 2, 3 тощо.

9. Писати потрібно не від першої особи, а від групи підтримки.

10. Бажано уникати наукоподібних штамтів, писати просто і з гумором.

11. Доцільно використовувати звернення і діалоговий режим («Так само, як і Ви, кандидат вважає...»).

12. Загальний обсяг листівки не повинен перевищувати 3/4 друкованого аркуша.

13. Наприкінці великими літерами доцільно попросити виборців зберегти передвиборну листівку кандидата для подальшого контролю за його діяльністю тощо.

Розповсюдження листівок

Після того як передвиборну листівку (плакат) складено і надруковано, постає питання про їх розповсюдження серед виборців.

Починати «війну листівок» бажано за 7–10 днів до виборів. Не варто розклеювати листівки ввечері — до ранку їх може зняти команда конкурента. Найкращий час для розклеювання листівок — ранок (до 7 години), коли люди йдуть на роботу.

Для розміщення листівок треба обирати такі місця, де виборці затримуються на деякий час, наприклад поблизу ліфта, поштової скриньки, каси гастроному, зупинки.

Досить великий ефект мають листівки, наклеєні (звичайно за згодою водія) на вікна транспорту із зовнішнього боку текстом усередину — протягом дня її практично неможливо зняти.

Ефективно також організувати пікети мобільних груп (дві-три особи) в «години пік» у найбільш людних місцях. Як правило, учасники пікету розміщуються біля передвиборного плаката з фотографією кандидата і його програмою, роздають листівки, в тому числі й такі, що вміщують контактні телефони команди кандидата, за якими можна звернутися із запитаннями і пропозиціями.

Під час президентської виборчої кампанії 2004 р. та парламентських виборчих перегонів 2006 р. політичні партії та блоки активно використовували палатки з політичною символікою, де активісти роздавали всіляку друковану продукцію і рекламували свої політичні структури.

Відомий ще один спосіб розповсюдження листівок — поштовий. Якщо листівку буде персонально адресовано, її обов'язково прочитають. Що для цього потрібно? Насамперед мати імена і адреси виборців, які можна отримати в паспортному столі, ЖЕКу або виборчій (дільничній) комісії. І хоча в Україні немає змоги патентувати список виборців (як у США), де містяться дані про соціальний статус, освіту, матеріальний стан, вік та інші дані, проте за наявності такого списку і комп'ютера цей спосіб виявиться досить ефективним.

Можна розповсюдити по поштових скриньках і звичайну листівку. Заплатити листоноші, дати їй пачку листівок, і вони потраплять до кожної квартири. Отже, винахідливість у доставці друкованої реклами до споживача безмежна.

Водночас можна використовувати і сучасніші й технологічніші способи доставки листівок до потенційного електорату. Зокрема, це можна робити за допомогою сучасної комп'ютерної техніки, яка дозволяє створити й активно використовувати банки політичних та інших даних.

Банки політичних даних можуть бути двох видів. Перший — це тексти і проекти законів, програми, біографічні та інші довідкові дані, результати голосування та інша необхідна інформація. Другий — списки виборців. У політичній практиці багатьох країн такі списки оновлюються за допомогою комп'ютерів. З огляду на це кандидати створюють картотеки даних про виборців, які після патентування охороняються авторським правом.

Внаслідок виконання цієї копіткої роботи кандидат (або партія) створює зареєстрований банк даних, де містяться не тільки імена й адреси виборців, а й їх вік, професія, національність, хобі тощо.

Маючи такий банк даних, можна направляти персоніфіковані послання виборцям на основі інформації про їхні специфічні запити й інтереси. Наприклад, можна підготувати кілька варіантів звернень та передвиборних листівок, які надіслати виборцям, спираючись на їх соціально-професійний статус, хобі тощо: кактусівникам — одне, домогосподаркам — друге, а власникам автомобілів — третє.

Такі «особисті листи» краще друкувати за допомогою лазерних принтерів, які дають змогу виготовити упродовж години кілька десятків зразків передвиборної продукції. Лазерні засоби друку можна використовувати також для виготовлення наближених до реальних копій виборчих бюлетенів із зразками-рекомендаціями на кшталт: «Голосуйте за Народний Рух України!», або «Підтримайте Бориса Тарасюка!»

Отже, друкована реклама, якщо вона змістовно і поліграфічно виконана на належному рівні, є досить ефективним засобом PR і реклами, до речі, і не тільки під час виборчої кампанії.

Розділ 10

Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в інтернеті

10.1. Інтернет і нові форми суспільних відносин

Інтернет і Всесвітня павутина

Кінець ХХ століття ознаменувався значним зростанням ролі і впливу інформаційно – комунікаційних технологій у функціонуванні структур новонароджуваних глобальної держави і глобального громадянського суспільства.

У цьому плані подією дійсно планетарного масштабу стала поява інтернету (INTERNET) і Всесвітньої павутини (World Wide Web, або скорочено WWW), які насправді є різними речами.

Інтернет був створений на основі комп'ютерної мережі ARPANET, яка була розроблена для потреб американського військово-промислового комплексу ще у 1969 р. і певний час розвивалася як складна конфігурація з обмеженим доступом. Це було пов'язано не тільки із спеціальним режимом зберігання стратегічно важливої інформації, але і складністю суто технологічних питань, доступних лише фахівцям — програмістам.

Зрозуміло, що вчених це не дуже влаштовувало, оскільки складність користування великим об'ємом корисної інформації перешкоджала науковим дослідженням.

А пальма першості у створенні Всесвітньої павутини належить європейцю Тіму Бернерсу-Лі з Європейського центру ядерних досліджень (CERN) у Женеві, який запропонував ідею запровадження гіпертекстового мережевого середовища, під час розробки якої народилася система WWW, а на комп'ютерах CERN був встановлений перший веб-сервер.

На той час (1991 р.) Інтернет охоплював 5 тис. мереж із 40 країн світу і об'єднував 700 тис. комп'ютерів, якими користувалися 4 млн осіб. Але вже в березні 1993 р. трафік Всесвітньої павутини становив 0,1 % трафіка магістралі інтернету, а через півроку він зріс у 10 разів!

Такими ж бурхливими темпами йшло збільшення числа веб-серверів, а також кількості користувачів Інтернету.

Телефону знадобилося 38 років, щоб він став доступним засобом комунікації для 30 % американців. Телевізор здолав цей рубіж за 17 років, а

комп'ютер — за 13. Натомість інтернет охопив 30 % населення США лише за 7 років переможної ходи від екзотичної новачки до повсякденної необхідності. *За оцінками експертів нині кількість користувачів Інтернету вже перевищує 1 млрд людей.*

Цікаво дізнатися про структуру користувачів цієї мережі. У 2000 р. на долю США припадало 34 % усіх користувачів Інтернету, на долю Західної Європи — 29 %, країн Азійсько-Тихоокеанського регіону (без Японії) — 16 %, на долю Японії — 10 % і на долю решти країн — 11 %.

Проте американців нині активно пресингають країни Азійсько-Тихоокеанського та європейського регіонів, хоча протягом певного часу США, можливо, залишаться найбільш інтернетизованою країною світу.

Темпи зростання інтернетизації світу зумовлені насамперед зниженням собівартості комп'ютерів (які вже, по суті, зрівнялися із вартістю кольорових телевізорів), а також завдяки зниженню вартості послуг провайдерів (які здійснюють зв'язок користувачів із Всесвітньою павутиною).

За іронією долі, *завдяки розвитку нових інформаційно-комунікаційних технологій нині для користування інтернетом зовсім не обов'язково мати комп'ютер, оскільки можна підключатися до інтернету:*

1. через мобільний телефонний зв'язок;
2. через систему кабельного телебачення з використанням не дуже дорогих телевізійних приставок.

Все це ще більше сприяє збільшенню активної аудиторії інтернету.

Навряд чи правомірними будуть розмови про кризу розвитку інтернету, маючи на увазі більші темпи поширення «просунутих» мобільних телефонів та значне зниження темпів появи нових веб-сайтів усіх категорій, починаючи з 2001 р.

На думку аналітиків, *система інтернету буде переживати певні технологічні зміни. Прогнозують, що інтернет майбутнього найімовірніше, матиме набагато (революційно) більшу пропускну здатність комунікаційних систем, а на зміну статичним веб-сторінкам прийде тримірний інтерфейс [30].*

Стосовно цифрового розриву між розвиненими країнами і тими країнами, що розвиваються, то однією з причин цього явища є домінування англійської мови в мережі Всесвітньої павутини.

Зрозуміло, що за умов наявності майже 80 % усіх веб-сайтів і 96 % комерційних сайтів, оформлених англійською мовою, інтернет ефективно забезпечує гегемонію Заходу і фіксує елітарний характер глобалізації ліберально-демократичного зразка.

При цьому слід зазначити, що тенденція неухильного збільшення числа користувачів інтернету характерна не тільки для окремих, найбільш розвинутих суспільств, але і для інших країн світу.

Не є винятком й Україна. Наприклад, за 2003 р. кількість користувачів інтернетом в Україні збільшилася в 1,5 раза. У 2004 р. вона становила вже 3,8 млн — 8 % населення. Кількість веб-сайтів досягла 28,8 тисячі. Послуги доступу в Інтернет надавали близько 300 провайдерів, 10 з яких займали 80 % цього сегменту ринку. Кількість доменних імен у зоні *ua* зросла до 109 тисяч [12].

Дослідницька організація NUA, наводить дані, відповідно до яких кількість усіх користувачів інтернету в світі становила: у 1999 р. - 159 млн осіб, у 2000 р. - 407 млн, а в 2001 р. - вже 513 млн. За даними фірми Computer Industry Almanac, Inc., число користувачів Мережі досягло на кінець 2002 р. майже 675 млн, а в кінці 2005р. перевищило 1 млрд осіб. Загалом, за оцінками провайдерів, які забезпечують зв'язок користувачів із Всесвітньою павутиною, кожні 100 днів відбувається подвоєння трафіка інтернету [20].

Соціально-філософські аспекти інтернетизації

Західні дослідники дійшли висновку, що *ототожнення розвитку інтернету з розвитком суспільства вже не здається настільки логічним, як раніше, а кіберкомунікація втрачає ознаки ведучої соціальної утопії*.

«Ми проходимо здоровий процес усвідомлення того, що інтернет придатний для одних речей і не підходить для інших, — вважає Дж. Кац. — Витрачалися величезні кошти, що вкладалися в безліч кампаній із сумнівними перспективами... Деякі люди бачать у цьому процесі те, що інтернет-революція закінчилася» [177].

Автор дослідження також думає, що не можна «інтернетизацію» країни розцінювати як ідеальний план модернізації суспільства. Однак досвід показує, що *для країн, «які розвиваються», ривок убік «золотого мільярда» прямо пов'язаний із впровадженням інтернет-технологій*.

Оцінюючи сильні і слабкі сторони інформаційно-комунікаційних технологій, і зокрема інтернету, не можна не визнати, що він відіграє сьогодні унікальну і дуже важливу роль у процесі суспільного розвитку. В сучасну епоху, коли людство досягло нових вершин у науці і техніці, інтернет став тим технологічним нововведенням, яке безпрецедентним чином розширює масштаби соціальної комунікації і збільшує обсяги і розмаїтість доступної індивіду інформації.

Не зважаючи на те, що феномен інтернету поки ще не знайшов повного й адекватного відображення у політичній науці, вже зараз можна

сказати, що це технологія, здатна породити принципово нові соціальні і політичні явища.

Зокрема, І. Жилиєв пише: «Нова мережа стратегій інформаційного суспільства ґрунтується на розгалужених горизонтальних зв'язках особистостей і їхніх об'єднань, здатних до самоорганізації під впливом слабких сигналів, таких як інформація про нові технології, ринкові сегменти, цінкові стратегії, моду і т.д. В нових умовах суспільство самоорганізується без команди згори» [68, с.3].

З погляду одних дослідників Інтернет-технології — це практичний і ефективний інструмент здійснення традиційних функцій громадянського утворення і низової комунальної самоорганізації й активності. Наприклад, деякі вчені пишуть, що інтернет сприяє розширенню і поліпшенню соціальних взаємозв'язків у сучасному світі, відкриваючи ширші, ніж колись, можливості об'єднання людей у групи на основі загальних інтересів.

На думку інших, можливості Інтернету дозволяють впливати на зміни структури і форми суспільної самоорганізації, замінити географічно застарілі громади новими, віртуальними громадами, що переборюють традиційні обмеження часу, простору, державних кордонів, мовних перешкод і т.д.

Негативна оцінка впровадження Інтернету в повсякденне життя відображена в точці зору, відповідно до якої користування інтернетом визнається формою «асоціальної розваги», що конкурує з традиційними соціальними контактами як формою проведення часу, а також у тезі про те, що інтернет породжує соціальну ізоляцію людей, які, залишаючись наодинці з комп'ютером чи спілкуючись за допомогою «соціально збідненого засобу зв'язку» з анонімними незнайомцями, виявляються вилученими зі сфери справжніх соціальних відносин.

Незалежно від розмаїтості думок про можливості інтернету одне не підлягає сумніву — *надаючи користувачам найширший і надзвичайно швидкий доступ до різних джерел інформації, інтернет змінює повсякденний спосіб життя мільйонів людей, скорочує просторові і тимчасові обмеження людської активності і в цьому розумінні робить «соціальну революцію».*

На думку Р. Міллера, можна виокремити такі **причини сприяння інформаційно-комунікаційних технологій виникненню нових соціальних зв'язків:**

- будь-яка технологія, що розкриває такі величезні потенційні можливості, без сумніву, істотно впливає на спосіб організації суспільства і на те, як люди взаємодіють між собою;

- виникнення «економіки знання», що значно підвищує значення Мережі, роблячи її більшим, ніж просто черговим комунікаційним каналом;
- традиційні способи організації праці і спілкування звільняють дорогу павутині мереж, що у сукупності і складає кіберпростір; зникнення національного, релігійного та інших видів колективної самосвідомості змушує людей шукати нові форми і способи самореалізації, одним з яких виступає Мережа;
- поки що заклик кіберпростору змушує людей, які мають досить сильну волю і необхідне натхнення, створювати співтовариства, здатні розбудити лояльність і «патріотизм», певне загальне почуття належності до них [177, с.112].

З погляду комунітарної теорії, фізична дистанція більше не обмежує можливості формування і функціонування людських співтовариств, оскільки завдяки інтернет-технологіям відбувається вивільнення громади з пут географічних кордонів, що дозволяє розширити межі локальних громад до національного й інтернаціонального масштабу.

Однак останнім часом з'явилися дослідження, що дають можливість глибше оцінити наслідки впливу інформаційно-комунікаційних технологій на суспільство. Результати широкого і репрезентативного «Дослідження цифрового громадянина» показали, що всупереч поширеному стереотипу так звана *цифрова культура* не характеризується деградацією колишніх міжособистісних зв'язків індивіда.

«Громадяни «цифрового світу», — констатував Дж.Кац, — не відчужені ні від інших людей, ні від громадських інститутів. Для них не характерне нецтво у відношенні того, як функціонує наша система, чи байдужість до соціальних і політичних питань, з якими зіштовхується наше суспільство. Навпроти, онлайн-світ містить у собі багатьох з найбільш інформованих і політично активних громадян, яких ми мали коли-небудь чи хотіли б мати» [30].

Інтернет-співтовариства

Бурхливий розвиток нових інформаційно-комунікаційних технологій став передумовою для створення принципово нових моделей комунікації і, зокрема, сприяв створенню *інтернет-співтовариств*.

Базовими поняттями в цьому контексті розглядаються «група», «групова взаємодія», «простір групової взаємодії», «засоби організації (у цьому випадку — інтернет) простору групової взаємодії» тощо.

Виокремлюють два основних види інтернет-співтовариств:

1. віртуальне співтовариство «on-line», спільна діяльність і взаємодія якого відбувається виключно в межах інтернету;

2. віртуально-реальне співтовариство, яке поєднує спільну діяльність і взаємодію на основі використання режимів комунікації «on-line» + «off-line».

Зрозуміло, що суто віртуальної комунікації в режимі «on-line» явно недостатньо, щоб співтовариство було стабільним, тривалим і структурованим. А потреба у спілкуванні виникає тоді, коли є бажання обмінятися думками, емоціями, ціннісними орієнтаціями, які учасники інтернет-співтовариств виносять зі свого повсякденного життя (професійного чи дозвільного).

Для того щоб інтернет-співтовариство перетворилося на згуртовану групу зі своїми специфічними інтересами, потрібно сформувати певну «групову свідомість» з відповідними нормами і правилами спілкування. Окрім того, потрібно, щоб ця група організувала простір для своєї роботи і визначила місце, час і регулярність спілкування.

Поява спеціально організованого простору для групової взаємодії потребує *модератора інтернет-співтовариства*, який повинен стати сверідним менеджером групи, текстово оформлювати результати обговорення, розсилати їх членам групи, повідомляти про дату, час і місце наступної зустрічі.

З подальшим розвитком інтернет-співтовариства виникає потреба створення інфраструктури співтовариства, яка має забезпечувати спеціальні сервіси і функції, що підтримують і забезпечують простір групового спілкування і взаємодії.

Кожне співтовариство має свої технології, засоби і техніку, які дозволяють регулярно підтримувати, відновлювати і зберігати взаємодію у цьому співтоваристві.

Особливості інтернет-співтовариств:

1. *Масова інтерактивність*, яка забезпечує багатосторонню та між-персональну комунікацію завдяки використанню сайтів, листів розсилок, дискусійних панелей (web-board), чатів.

2. *Загальнодоступність*, яка створює умови для групової комунікації та ознайомлення з результатами обговорення.

3. Документування комунікації, яке забезпечує зберігання динаміки комунікації інтернет-співтовариства, що дає змогу відстежити хід дискусії.

4. *Інтегрованість*, яка полягає в можливості організації архіву повідомлень електронної конференції з подальшою класифікацією і упорядкуванням інформації.

5. *Оперативність комунікації*, що наближає інтернет (як письмову форму комунікації) за швидкістю обміну інформацією до усних форм комунікації (наприклад, чат, який дозволяє практично в режимі реального часу оперативно реагувати на висловлювання колег).

6. *Єдність простору комунікації*, який дозволяє кожному з учасників групової взаємодії в будь-який час приєднатися до дискусії незалежно від свого місця перебування [12].

Використання інтернету (в комп'ютерній версії або через систему мобільного зв'язку) значно зменшує видатки на підтримку цілісності співтовариства, підвищує ефективність його спільної діяльності і взаємодії та робить доступним їхні результати не тільки для членів інтернет-співтовариства, а й суспільства загалом.

Проте, незважаючи на те, що інформаційно-комунікаційні технології створюють, як ми з'ясували, певні перешкоди у формуванні та розвитку традиційного громадянського суспільства, сильні організації, які склалися в західних країнах, продовжують існувати, демонструючи часом разючу гнучкість і здатність до адаптації, часом і на шкоду своїм давнім традиціям.

Разом з тим, як зазначає М. Кастельс, комп'ютерна комунікація не є загальним засобом комунікації і не буде такою у доступному для огляду майбутньому. Проте стрімку швидкість перетворення інтернету з «екзотичного» технологічного нововведення, яке ще недавно було своєрідною розкішшю, доступною небагатьом, на звичайний елемент повсякденного життя все ширших верств населення, не можна заперечувати.

Переваги і можливості інтернету, особливо пов'язані з його використанням у політичному процесі, усвідомили такі важливі сегменти громадянського суспільства, як мас-медіа та громадські організації і рухи. Від розсилання передплатних аркушів ЗМК досить оперативно перейшли до багатофункціональних інформаційних ресурсів.

У інтернеті з'явилися он-лайнкові стрічки новин, що створили конкуренцію офф-лайнним (від англ. *on-line* — в мережі, *off-line* — поза мережею) агентствам новин та інтернет-версії основних друкованих видань.

Більше того, на думку Дж. Гола, з'явилася як окремий вид і бурхливо прогресує *онлайнна журналістика*, яка має свою специфіку, пов'язану насамперед з можливістю оперативної реакції читачів на прочитані матеріали [49].

Як відзначають фахівці, кількість ЗМК в інтернеті величезна, однак прогнозується, що найближчим часом зменшиться число політичних замовлень (відомо, що Інтернет завдяки деяким скандальним сайтам заслужив репутацію «убивці авторитетів», «сміттєвої ями» і т.д.), а очікується

також переорієнтація з висвітлення політичних проблем на культурні й освітні проекти.

На нашу думку, є всі підстави вважати, що інтернет може бути вельми корисним ресурсом для некомерційних організацій (НКО), яких в Україні кілька тисяч. Однак, як засвідчує практика, нові інформаційно-комунікаційні технології не використовуються ними належним чином.

Це дає підставу вважати, що структури громадянського суспільства в Україні дуже слабкі. Некомерційні організації, хоч і мають подекуди свої сайти в інтернеті, але в більшості випадків вони використовують їх лише в якості «візитних карток». На жаль, і досі не було проведено жодної помітної громадської акції, в якій би інтернет використовувався як дієвий робочий інструмент.

10.2. Політичні комунікації та інтернет

Досвід показує, що такий важливий сегмент громадянського суспільства, як *політичні партії, теж не дуже ефективно використовує можливості сучасних інформаційно-комунікаційних технологій*. Очевидно, причина полягає в тому, що політичні партії в Україні поки ще не прийшли до розуміння того, що Інтернет є потужним засобом ведення передвиборної кампанії, а також організаційним і навіть фінансовим ресурсом.

Інтернет здатний у багато разів підвищити роль первинних організацій, що за допомогою електронних електоральних процедур могли б брати участь у формуванні внутрішньої і зовнішньої політики партії. Використовуючи можливості Інтернету, політичні партії можуть рекрутувати в партію користувачів Мережі, активних у політичному відношенні. Поки що ж Інтернет розглядається багатьма політичними партіями в Україні переважно як можливість вивісити сайт-листівку.

Як яскравий приклад Інтернет-активності політичних партій можна навести використання інформаційно-комунікаційних технологій в США і Європі. У політичному житті Америки інтернет почав застосовуватися з кінця 90-х рр., зокрема під час президентської кампанії 1996 р.

Як приклад ефективного використання інтернету можна навести перемогу на виборах губернатора Мінесоти у США Джесса Вентури 1998 р. Останній, маючи в команді лише одного штатного співробітника, міг користуватися лише електронною поштою, своїм приватним сайтом, телефоном і факсом для здійснення більшої частини комунікацій, оскільки до останніх днів виборчої кампанії не мав навіть і передвиборчого офісу.

На початку, під час проведення однієї з традиційних виставок штату Дж. Вентура відкрив свій павільйон, у якому понад 5 тис. осіб заповнили формуляри добровольців виборчої кампанії.

Оскільки у команди не було матеріально-фінансових можливостей для створення електронної бази даних симпатиків цього політика, вони відкрили приватний сайт по вводу даних; добровольцям розіслали електронною поштою заклик про допомогу і, як не дивно, протягом кількох днів база даних потенційних добровольців була створена, і створена абсолютно безкоштовно.

Згодом усі добровольці отримали через e-mail запрошення на збори. Прийшло 250 добровольців, які погодилися бути менеджерами виборчої кампанії, організовувати мітинги, зібрання і т.ін. А постійно оновлюваний сайт кандидата у губернатори оперативно розміщував відеокліпи і цифрові фотографії з цих зустрічей з виборцями.

Як наслідок, не маючи офісу і штатної команди, використовуючи переважно нові інформаційно-комунікаційні технології та ентузіазм виборців, команда Дж. Вентури згуртувала своїх симпатиків і зрештою перемогла на виборах губернатора штату [150].

Ще один приклад вдалого використання нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в активізації виборців продемонструвала представниця «нетрадиційної» сексуальної орієнтації Теммі Болдуїн на виборах 1998 р. до національного парламенту (конгресу) США.

Весь «прикол» полягав у тому, що кандидатка була жінкою, а до того ж ще й лесбіянкою. У штаті Вісконсін (до неї) жінок до американського парламенту не обирали, як не обирали (до неї) і «відкритих» лесбіянок до конгресу США.

Виборчий округ, де, окрім університетського містечка Медісон, розташовувалося кілька сільських районів, голосував доволі традиційно і таких «приколів» не розумів.

Водночас більш «просунуте» студентство, яке постійно «висить» на порносторінках в інтернеті, такий епатажний стиль життя кандидатки в конгресмени сприймало як виклик консервативному мисленню старшого покоління. Підтвердженням того було обрання Теммі Болдуїн на попередніх виборах до законодавчих зборів штату Вісконсін від міста Медісон.

Стратегія цієї виборчої кампанії полягала в максимальній мобілізації «свого» молодіжного електорату, більш чисельного, ніж сільський.

Для вмотивування виборчої активності студентської молоді був створений спеціальний сайт, в якому розмістили не тільки біографічні і програмні матеріали кандидата в «конгресвумени», а й адреси і фотографії виборчих дільниць, правила реєстрації виборців тощо.

Це було дуже важливо, особливо для першокурсників. Вибори до конгресу США мали відбутися лише через кілька тижнів з дня початку заняття, і «новоспечені» студенти ще не так добре орієнтувалися в університетському кампусі.

Адресу цього сайту вказали в спеціальному рекламному ролику, який пустили по музичному каналу MTV, а також у передачах, які зазвичай дивиться студентська аудиторія.

Зрозуміло, що використовувалися й інші методи згуртування симпатиків кандидатки в конгрес, але, безумовно, інтернет надзвичайно допоміг їй перемогти на виборах [150].

Проте не варто іделізувати тамтешню ситуацію. У тих же США, які є лідером у використанні ІКТ в політиці і бізнесі, лише в 52,4 % обстежених політичних сайтів зразка того ж 1998 р. були передбачені інтерактивні комунікації («on-line» — опитування та ін.). Лише 4,1 % політичних сайтів мали чати, які передбачають спілкування «всіх з усіма» в заздалегідь визначений час [150].

Більшість політичних команд, які йдуть на вибори, і досі використовують свої сайти лише як інтернет-брошури. У цьому разі виборці можуть ознайомитися з біографією кандидата і кількома його власними статтями з тих чи інших питань та статтями про нього. Зазвичай такі сайти не інтегровані у PR-кампанію і, як наслідок, мають невелику кількість відвідувачів.

Такі самі пасивні підходи часто-густо використовуються громадськими організаціями і бізнес-структурами, чимало яких створюють сайт і швидко про нього забувають.

Під час президентської кампанії в США у 2000 р. інтернет став одним з головних ресурсів виборчого процесу. Вперше в історії група американських військовослужбовців голосувала по інтернету. Апогеєм передвиборної боротьби став взаємний злам сайтів конкурентами. Після цих виборів найбільші компанії США, що розробляють програмне забезпечення, одержали замовлення на підготовку загальнонаціональної системи голосування.

В Європі система *on-line* голосування була випробувана на місцевих виборах 2002 р. у Великій Британії. На черзі – активне обговорення проведення всебританських виборів в режимі *on-line*.

Слід відзначити, що Інтернет-голосування дозволяє уникнути багатьох традиційних для виборів проблем, економить витрати на організацію процесу голосування, певною мірою сприяє активності електорату.

Однак є й суттєві недоліки, зокрема вірогідність порушення закону про вибори. Неможливо перевірити, чи є голосування анонімним та доб-

ровільним, чи є авторизований виборець саме тим, за кого себе видає. Потрібно враховувати й ту особливість, що вподобання виборців — користувачів інтернетом різняться від іншої частини електорату, що за умови *on-line* голосування може датися взнаки.

Президентські вибори 2004 р. в Україні, хоч і мали достатній резонанс в інтернеті й активно використовувалися учасниками передвиборної кампанії (мультфільми «Веселі яйця» та ін.), однак це можна назвати лише «пробою пера», оскільки охоплення пересічного українського громадянина Всесвітнім Павутинням ще явно недостатнє.

Наприклад, у 2004 р. зі 100 зареєстрованих українських політичних партій лише 59 відсотків мали власний веб-сайт, а 78 — електронну пошту [12, с.424].

Аналіз згаданих партійних сайтів засвідчив, що в них була розміщена інформація про ці політичні партії та їх лідерів: програмні документи, біографії, новини, інформація про партійну діяльність органів центрального управління, інколи - партійних осередків, а також правила вступу до партії. Проте явно бракувало аналітичних матеріалів: статей, виступів, коментарів експертів, наукових праць.

На більшості сайтів були відсутні архівні, аудіо- та відеоматеріали. Далеко не на всіх сайтах використовувалися інтерактивні можливості інтернету, зокрема - опитування, форуми, можливість залишити персональні відгуки та коментарі. Перегляд матеріалів кількома мовами був можливий лише на деяких сайтах, переважала українська мова, іноді траплялася російська. Оновлення веб-ресурсів здійснювалося нерегулярно і збігалось з термінами проведення передвиборчої агітації.

Дослідники справедливо зауважують, що інтернет дає можливість осмисленої політичної ідентифікації для суспільно-політичних рухів та ініціатив, що не мають стійких зв'язків в існуючому істеблішменті, інституціалізованих структурах і усталених соціальних странах.

Завдяки інтернету в них з'являється реальний шанс мобілізації географічно, соціально і професійно роз'єднаних однодумців. Інтернет дозволяє кардинально мінімізувати організаційні й інформаційні витрати, надає унікальні можливості щодо *фаундрейзінгу* (збору коштів), *політичного маркетингу* суспільно-політичних ідей і підтримки вільного неопосередкованого *політичного дискурсу*.

Описуючи ситуацію в Європі в цілому, фон Бейме пише: «Мобілізація виборців стала рідкістю. Коли це трапляється, то відбувається в більшій мірі через засоби масової інформації, а не через мітинги, які зберігаються не через їх ефективність, а щоб зробити приємність членам партії» [30;177].

Можна сказати, що телебачення і, якоюсь мірою, інтернет роблять непотрібними звичні форми масової мобілізації, в яких окремі партії, зокрема комуністична, надзвичайно сильні. Інформаційно-комунікаційні технології ніби скасовують організацію, створену для цих цілей, залишаючи поза справами партійних активістів, оскільки виконують функції партії набагато ефективніше.

На підставі неухильного збільшення обсягу інформації і знань, розвитку засобів комунікації як одного з найважливіших чинників суспільного прогресу ця функція інтернету на здобуває особливого значення. *Інтернет уможливорює виникнення нових ефективних механізмів суспільної, у тому числі політичної мобілізації громадян.* Зокрема, він виступає як засіб дуже оперативної організації і координації дій політичних однодумців, які є прихильниками нетрадиційних соціальних рухів [149].

Нині на сайтах можна розмістити все або майже все: від офіційної біографії політичного лідера до запису неформальних бесід з колегами. До того ж такі дії і досі залишаються досить безпечними, оскільки встановити справжнє джерело інформації в даному випадку досить важко. Такого роду новини можуть легко поширюватися і через друковані ЗМК, які посиленням на сайт захищають себе від санкцій законодавства.

Окрім того, слід відзначити, що *віртуальна реальність створює для політичних лідерів ілюзію рівності.* Напередодні виборів не проводиться жеребкування сайтів або розподіл «ефірного часу».

Теоретично політичний лідер може мати безліч сайтів, на які можна викласти будь-яку кількість інформації за будь-який проміжок часу. Сайт може бути досить об'ємним, оскільки його вартість визначається далеко не кількістю інформації, а частота оновлення сайту залежить лише від власника.

Особливістю є й те, що *політична рекламата PR-акції кандидата чи політичної партії в інтернеті можуть проводитися постійно,* а не лише напередодні виборів. Так само постійно можна здійснювати опонування конкурентам та їхнім сайтам.

Крім того, для інтернету не існує кордонів, що є досить важливим чинником в умовах глобалізації. Отже, *інтернет є необхідним для залучення того електорату, який перебуває за кордоном на час виборів.* Для таких виборців сайти є одним з небагатьох джерел інформації про політичне життя батьківщини.

Проте отримання інформації ще не гарантує явки на вибори. Практика доводить, що пересічні виборці приділяють незначну увагу програмам чи платформам партій, а значно більше орієнтуються на суб'єктивні враження та стереотипи.

Саме тому на сайтах розміщують не тільки офіційні документи, а й фото, відео та аудіо матеріали, аналітичні статті, коментарі експертів, тексти виступів, які можуть бути доступними для перегляду on-line.

Цікавим є й те, що *інформація на сайті може бути різною для різних регіонів*. Залежно від географічного місцезнаходження користувача, яке автоматично визначається після введення поштового індексу, на сайті з'являється саме те повідомлення, яке орієнтоване на користувачів певного регіону.

Значною перевагою є й те, що *не потрібно чітко визначатися з мовою сайту*: одна й та сама інформація може бути доступною кількома мовами — варто лише натиснути відповідну кнопку.

Викладене є підставою для певних висновків. Одним з найважливіших чинників формування і розвитку громадянського суспільства в Україні є наявність у суспільних структур і громадян можливості оперативно одержувати достовірну й об'єктивну інформацію з усіх питань життєдіяльності, які їх цікавлять, а також вільно обмінюватися нею. Вільне масове поширення інформації є ефективним засобом захисту прав і свобод людини, формування суспільної думки, адекватної подіям, що відбуваються, і забезпечення можливості реально впливати на саме суспільство і державну владу.

10.3. PR-заходи в інтернеті

Всесвітня павутина як принципово нова форма суспільної комунікації поєднує в собі можливості як засобу масової комунікації, так і засобу міжособистісного та міжгрупового спілкування.

Все це створює унікальні можливості для проведення PR-заходів в інтернеті.

Загалом в Інтернеті можна проводити такі PR-заходи:

- здійснювати контакти з журналістами традиційних засобів масової комунікації через надання прес-релізів, доповідей, інформації, фотографій, графічних, відео- та аудіоматеріалів тощо;
- впливати на аудиторію розміщенням матеріалів і новин в інтернет-виданнях, на сайтах інформаційних агенцій і засобів масової комунікації, спеціалізованих і тематичних серверах, у оглядачів мереж та ін.;
- працювати з аудиторією безпосередньо в on-line-конференціях, чатах, шляхом цільової розсилки інформації електронною поштою;
- організовувати в мережі рекламні акції, конкурси, лотереї, які є чудовим способом привернути увагу до проблеми, організації, особистості тощо.

В Інтернеті найвагоміші події потрапляють на сторінки корпоративних сайтів і спеціальних новинних видань в основному за допомогою прес-релізів і новин.

Зрозуміло, що в цьому аспекті будь-яку інформацію можна тлумачити так, як це вигідно зацікавленому в тому джерелу інформації.

На відміну від традиційних мас-медіа при підготовці прес-релізів для інтернет-видань, важливо врахувати специфіку останніх:

1. інтернет-видання читаються з монітора;
2. отримуються разом з десятками різних повідомлень, що приходять до поштової скриньки редактора.

З огляду на це інтернет-версія прес-релізу має бути меншою, ніж для традиційних ЗМК.

Якщо ж зміст новинного повідомлення передбачає детальніший опис подробиць, краще створити спеціальну сторінку відповідного сайту, розмістити на ній додаткову інформацію (факти, коментарі, фото, аудіо- чи відеоматеріали). А адресу цієї сторінки потрібно вказати наприкінці прес-релізу.

Розсилку прес-релізів можна здійснювати власноруч електронною поштою або через спеціальні служби розповсюдження прес-релізів для мас-медіа за спеціальними базами даних.

У країнах Заходу найвідомішими службами розсилки інформації, наприклад, є Business Wire (www.bizwire.com) і PR Newswire (www.prnewswire.com), які пропонують своїм клієнтам платні або безкоштовні послуги. Можуть займатися цим видом діяльності і спеціалізовані рекламні фірми.

Адресатами прес-релізів можуть бути новинні сайти (on-line, off-line) і спеціалізовані галузеві сайти.

Але починати інформувати про себе все-таки бажано в режимі on-line, тобто створювати свій сайт.

При створенні свого порталу суспільна організація має звертати увагу на такі чинники:

- зовнішній вигляд і функціональність сайту;
- ефектність і повнота поданої інформації;
- наявність інтерактивної форми реєстрації (на деяких сайтах при завантаженні відвідувач отримує своє ім'я і пароль, на інших — просять заповнити спеціальну форму зі своїми координатами і побажаннями до розробників сайту);
- швидкість розробки запитів;
- надійність роботи веб-системи і сервісів, які представлені на ресурсі;

- реальність послуг, які надаються користувачам;
- унікальність пропозиції і порівняльні (з іншими сайтами) переваги;
- відповідність сайту очікуванням, які сформовані попереднім рекламним впливом тощо [12].

Інтернет-конференція є чудовим інформаційним приводом, який привертає увагу традиційних і модерних мас-медіа до суспільної організації. Хід і результати висвітлення таких форм комунікації потенційно мають непогані шанси потрапити до кількох сайтів (корпоративних і спеціалізованих новинних).

Веб-конференція дає змогу вести пряму трансляцію із різноманітних заходів та спілкуватися з її учасниками, отримувати стенограму виступів та інші робочі матеріали конференції.

Конференцію on-line проводить модератор (організатор), зазвичай — задалегідь запрошена особа (якщо конференція проводиться згідно з раніше визначеною тематикою). Окрім учасників конференції, в ній можуть брати участь будь-які особи, у тому числі й журналісти. Стенограми цих тематичних конференцій публікують на сайті і цією інформацією знову-таки можуть користуватися представники мас-медіа.

Доволі поширеною формою PR-діяльності в Інтернеті є проведення різноманітних конкурсів, рейтингів, фестивалів, нагороджень.

По суті, такі заходи самі є досить ефективними PR-проектами з кількох причин:

- привертають увагу громадськості і мас-медіа до організації, яка організовує і проводить конкурс, рейтинг, фестиваль, нагородження;
- привертають увагу до події, проблеми, особистостей;
- залучають спонсорів і сприяють зростанню їх відомості;
- сприяють підвищенню кількості відвідувачів корпоративного або особистого сайту тощо.

Нагороди в Інтернеті можна поділити на дві категорії:

- конкурси, які проводяться поза межами мережі (off-line — конкурси): на кращий сайт в різних номінаціях, міжнародний фестиваль реклами тощо;
- конкурси в мережі (on-line) — за зміст, оформлення сторінок та ін.

Процедура нагородження у першому випадку здійснюється, як це і прийнято в реальному (не віртуальному) житті, у престижному приміщенні, із залученням відомих людей — до журі, спонсорів — до виготовлення нагород та презентації власної продукції, преси — до висвітлення результатів нагородження в мас-медіа.

У разі реалізації PR-проекту внутрішньомережевого нагородження процедура є набагато простішою. Зазвичай нагороджений сайт просто додається до певного списку.

Використовується і варіант розміщення на сайті, що нагороджує, спеціального посилання на відзнаку, нагороду тощо.

Водночас фахівці вважають, що мережеві нагороди більш корисні власне тим, хто організує та оцінює нагородження. Саме тому такі організації, нагороджуючи дійсно популярні сайти, «вбивають двох зайців»: привертають увагу до себе і спонукають нагороджених до розміщення на своєму сайті інформації про сайт, який нагородив лауреатів тієї чи іншої номінації. Життя в Павутині є надзвичайно динамічним.

Якщо «Кока-колі» знадобилось 50 років для розкрутки популярного в світі бренду, то каталогу «Yahoo» — лише 5 років для того, щоб його визнаність вийшла далеко за межі Інтернету. Отже, при проведенні PR-акцій в Інтернеті варто враховувати цю специфіку, а за умови доповнення традиційних PR-заходів скоординованими діями в Павутині результат може бути дуже вагомим!

Специфіка інтернету дозволяє використовувати його передусім для усіх видів PR (соціального, політичного, економічного та ін.).

Інтернет поєднує в собі водночас кілька видів ЗМК: друкованих (на сайтах можна прочитати інформацію), радіо (можна прослухати виступи або звернення on-line), телебачення (можна переглянути відеоролик або навіть фільм on-line), що передбачає можливість збереження інформації та її багаторазового використання.

Інтернет є гнучким і оперативним: з легкістю долаючи величезну відстань, інформація поширюється на численну аудиторію за незначний проміжок часу.

Більше того, на відміну від традиційних мас-медіа, інтернет передбачає інтерактивність: реєстрація, коментар з приводу певної події або матеріалу, голосування, обговорення тої чи іншої проблеми на форумі або в чаті, повідомлення в гостьовій книзі, участь в інтернет-конференціях, листування по e-mail дозволяють визначити кількісний склад аудиторії, її психологічні особливості, а також запити та ступінь їх задоволення.

Наразі інтернет є ідеальним і для «чорного PR», який у віртуальній реальності набуває особливо витончених форм: наприклад, масова розсилка (спам), яку під час останніх виборів Державної Думи Росії відправили від імені одної російської партії користувачам Інтернету напередодні останніх парламентських виборів, мала резонанс гучного політичного скандалу і привернула увагу до цього факту традиційних мас-медіа.

Ще один такий приклад - антиреклама Буша, проведена асоціацією Democratic National Committee. За законодавством США, політична реклама на телебаченні має бути офіційно схваленою самим кандидатом, однак на інтернет таке правило не поширюється, що й робить віртуальну реальність ідеальним полем для так званого «чорного PR».

При цьому притягнути кривдника до відповідальності дуже важко з таких причин:

1. сайти не вважаються засобами масової інформації, тому закон про ЗМІ щодо інтернету не діє, а спеціального закону, який регулював би потік інформації саме в цій сфері, поки що не існує.

2. інтернет як глобальне явище неможливо обмежити національним законодавством, оскільки сайт можна зареєструвати в іншій країні.

Отже, інтернет є найоперативнішим засобом подання інформації, який не має ані законодавчих, ані часових, ані просторових обмежень. WWW має достатньо довгий строк збереження інформації та оптимальну форму її подання.

Інтернет передбачає найефективніший зворотний зв'язок, який дозволяє отримати необхідні відомості про аудиторію. Час перебування інформації на сайтах та місце її публікації не впливають на ціну, що робить його використання найбільш вигідним з-поміж інших мас-медіа для здійснення PR-акцій в інтернеті.

10.4. Інтернет-реклама

Реклама в Інтернеті з розвитком Всесвітньої павутини набуває все більшої популярності і, відповідно, ефективності, оскільки відкриває принципово нові шляхи впливу на суспільну свідомість.

На відміну від традиційних мас-медіа та зовнішньої реклами інтернет-реклама має певні переваги й особливості, оскільки поєднує базові характеристики усіх інших видів реклами і використовує:

1. традиційний для зовнішньої та друкованої реклами візуальний ряд (іконічні та графічні знаки);

2. мультимедійні властивості, характерні для теле-, відео-, аудіозасобів масової комунікації.

Створення та реєстрація веб-сайту

Головною ланкою інтернет-реклами є *веб-сайт (WWW-site)*, створення якого обходиться набагато дешевше, ніж створення чи купівля традиційних мас-медіа. На сайті можна розмістити інформацію про товари, послуги, по-

літичного лідера або партію, суспільну організацію, що збільшить кількість зацікавлених осіб — потенційних покупців, виборців або симпатиків.

Однак створення веб-сайту лише означає початок рекламної кампанії, а не її кінець. З огляду на особливості веб-сайтів, останні, з одного боку, є найбільш ефективним видом інтернет-реклами, з другого — товаром, який сам потребує рекламування.

Варто зазначити, що більшість інших видів інтернет-реклами можливо використовувати як для реклами сайту, так і для безпосередньої реклами товару, послуги, політичного лідера чи партії.

Серед першочергових і найпростіших видів інтернет-реклами, яку використовують лише для рекламування сайту, виокремлюють *реєстрацію сайту в пошукових системах*.

На будь-якому пошуковому сайті існує кнопка «додати ресурс» («дати адресу», «add URL»), натиснувши на яку користувач отримує форму-бланк.

Після внесення усіх необхідних відомостей, визначення «ключових слів» (keywords), по яких буде проводитись пошук сайту, опису сторінки і розподілу в тематичних групах сайт буде додано до пошукової системи.

Процес реєстрації сайту може бути досить тривалим, але цю процедуру можна значно спростити, якщо використати автоматичні системи реєстрації чи сайти-довідники.

Автоматичні системи реєстрації допоможуть вам обрати тематичну категорію, до якої буде занесено сайт, а також відстежити процес реєстрації в кожному каталозі.

Додатково можна зареєструвати сайт на «жовтих сторінках», які є своєрідними *сайтами-довідниками*. Для того щоб ваш веб-сайт потрапив у віртуальний довідник, потрібно пройти процедуру реєстрації, схожу з реєстрацією сайту в пошукових системах.

Цікавим моментом є те, що після реєстрації величезна кількість сайтів може потрапити до друкованої версії «жовтих сторінок». Передплатники оновлення сайту кожного дня на свою електронну пошту (e-mail) можуть отримувати посилання на ресурси, які були нещодавно внесені до каталогу.

Однак сайту потрібна і постійна рекламна підтримка, яку може надати, зокрема, банерна реклама.

Банерна реклама

Найпоширеніший і традиційний вид реклами в інтернеті — *банерна реклама*.

Банером (banner) називають рекламний носій переважно прямокутного графічного зображення, яке вставляється в сторінки сайту.

Оскільки банер передбачає посилання (link) на певний URL (Uniform Resource Locator — опис, де міститься певний файл), зазначений вид реклами використовується лише як засіб рекламування веб-сайту рекламодавця.

За відсутністю посилання на певний URL банер перетворюється на графічний або анімаційний рисунок, за допомогою якого можна поживавити власний сайт або ще раз нагадати про певну подію, наприклад, вибори.

Розміри банера варіюються залежно від мети рекламної кампанії, однак традиційно становлять 468x60 пікселів (pixel — найменший елемент зображення на комп'ютері). Такий банер не уповільнює завантаження сторінки і дозволяє створити досить інформативні рекламні модулі.

Мета рекламної кампанії детермінує й інші параметри, які визначають наступні **види банерів**:

1. *статичні у наступних форматах*:

- а). JPEG (Joint Photographic Experts Group), який є форматом збереження графічних зображень, стиснутих алгоритмом JPEG;
- б). GIF (Graphic Interchange Format), який є форматом збереження великих полів одного кольору;

2. *анімаційні* (Flash-анімація), які є форматом інтерактивної анімації на основі векторної графіки (останні привертають більше уваги, проте іноді можуть уповільнювати завантаження сторінки і тим самим дратувати користувача);

3. *інтерактивні* (мають посилання більше, ніж на один URL);

4. *плаваючі* (stroll-банери, які не вставляються в сторінку сайту, а завжди містяться у верхньому правому куті екрана. Вони переміщуються по сторінці разом із скролінгом (scrolling — прокрутка зображення, частина якого виходить за межі екрана). Якщо плаваючі банери заважають користувачу, їх можна закрити, а якщо протягом певного часу користувач на нього не реагує, банер зникає сам).

Банерна реклама має найоптимальніші моделі оплати: за тисячу показів банера рекламодавця або за клік мишею по банеру із переходом на сайт, що рекламується. З одного боку, рекламодавець не витрачає зайвих коштів, але з другого — ефективність банерної реклами значною мірою залежить від розміщення.

В залежності від конкретних завдань рекламної кампанії **банери розміщують** на:

- 1. сайтах-партнерах;

2. спеціальних рекламних сайтах (реklamних майданчиках);
3. банерних рекламних мережах, що об'єднують багато сайтів.

Наприклад, якщо потрібно залучити велику аудиторію, то варто надати перевагу рекламній мережі. В цьому випадку рекламодавцю будуть доступні різні фокусування (targeting), які дозволяють виокремити даний сайт для потенційних споживачів інформації із загальної аудиторії.

Обираючи банерну рекламну мережу, необхідно враховувати наступні чинники.

1. якісний склад сайтів-учасників, на яких буде демонструватися реклама;
2. кількісні показники загальної статистики мережі, які є відображенням масштабів охоплення аудиторії;
3. можливості системи управління, на якій працює мережа, враховуючи, чи пропонує обрана мережа налаштування частоти рекламного контакту, чи є додаткові, сприятливі ефективній рекламі фокусування;
4. ціну, яка не завжди збігається з ефективністю рекламування.

Річ-медіа-реклама

Не зважаючи на очевидні переваги банерної реклами, останнім часом поширення набуває **rich-media** — вид інтернет-реклами, який використовує мультимедійні можливості комп'ютера, а рекламні модулі створюються за допомогою вказаних нижче технологій:

1. Java (мова програмування), Flash, CGI (Common Gateway Interface — інтерфейс прикладного програмування);
2. DHTML (Dynamic Hypertext Markup Language — розширена версія мови гіпертекстової розмітки, засобу опису документів у WWW);
3. Shock Wave (мультимедійна технологія) представляє собою повноцінні рекламні ролики зі звуком, анімацією та відеоефектами.

Характерно, що цей вид інтернет-реклами не передбачає обов'язкової наявності сайту рекламодавця.

Ролики rich-media або активні додатки (active ads) зазвичай не мають фіксованих розмірів, вони завантажуються одночасно із контентом (змістом) сайту і демонструються зверху нього.

Після завершення демонстрації вони автоматично закриваються і залишають після себе банер або текстове посилання на сайт рекламодавця, якщо такий є. Яскраве оформлення та анімація зазвичай не дратує користувачів, а навпаки, привертає увагу.

Модулі rich-media можуть демонструватися в окремих вікнах фіксованого розміру, які впливають:

- а). над сторінкою, що проглядають (*pop-up windows*);
- б). під сторінкою, що проглядають (*pop-under windows*).

Pop-up вікна відкриваються автоматично із завантаженням сторінки, що зазвичай викликає хворобливу реакцію користувачів, особливо якщо таких вікон кілька.

Pop-under вікна також відкриваються разом із завантаженням основної сторінки, проте миттєво переходять на задній план і не заважають користувачу переглядати основний сайт. Після завершення перегляду сайту і закриття вікна браузера користувач має змогу ознайомитися із змістом *pop-under* вікна. Тож ступінь роздратованості знижується.

Можливості *rich-media* дуже широкі, але надмірне їх використання може призвести до прямо протилежного ефекту — нав'язливої реклами. Для оптимізації використання формату *rich-media* було розроблено ряд специфікацій і рекомендацій, які доступні у спеціальних бібліотеках.

Рекламодавець може розміщувати рекламу такого формату на рекламних майданчиках і в мережах систем, які керують проведенням рекламних кампаній формату rich-media.

В мережах таких систем об'єднана велика кількість рекламних майданчиків, аудиторія яких є дуже широкою.

Єдиним значним недоліком зазначеного виду інтернет-реклами є ціна. Такі рекламні модулі справедливо зараховують до високих рекламних технологій, тому створення якісного ролика може обійтись у значну суму.

Текстова реклама

Перевагою Інтернету є те, що він не обмежується лише графічною рекламою.

Серед видів інтернет-реклами визначають і текстову рекламу (текстові блоки). Цей рекламний носій являє собою відформатований текст, який містить рекламне звернення і посилання на відповідну адресу (URL). На відміну від *rich-media*, текстова реклама обов'язково передбачає наявність сайту рекламодавця. Звичайно, текст може і не мати посилань, але в такому випадку ефективність рекламування значно знижується.

На відміну від попередніх видів інтернет-реклами, текстові блоки є набагато дешевшими і простішими у використанні.

На перших етапах розвитку інтернету розміщення текстових блоків у мережах текстової реклами було дуже поширене. Так само, як і банерні

рекламні мережі, мережі текстової реклами об'єднували величезну кількість сайтів і забезпечували охоплення досить широкої аудиторії.

Однак такі мережі не могли забезпечити влучення до цільової аудиторії, а також оптимальну частоту рекламного контакту. У зв'язку з цим ефективність текстової реклами не завжди відповідала затracеним на неї коштам. Хоча мережі текстової реклами існують і досі, але нині вони вже належать до історії інтернет-реклами і давно поступилися місцем контекстній текстовій рекламі.

Контекстна текстова реклама

Контекстна текстова реклама побудована на підбиранні до текстової об'яви певних ключових слів, що характеризують товари, послуги, політичних лідерів, партії, суспільні організації, що рекламуються.

В ході рекламної кампанії згадані об'яви демонструють на сторінках, які містять такі самі ключові слова. Таким чином реклама наближається до споживача, а ефективність текстової реклами значно підвищується.

При цьому стандартів на розмір та форму текстових блоків немає.

Розцінки на розміщення контекстних текстових блоків залишаються доступними і вигідними: оплачується кожний клік мишею із подальшим переходом на сайт рекламодавця.

Водночас варто зазначити, що контекстна текстова реклама більшою мірою може бути ефективною при рекламі товарів чи послуг.

З політичною чи суспільною рекламою виникають труднощі, оскільки обмежене охоплення аудиторії і специфіка текстової реклами практично унеможлиблює проведення ефективної іміджевої рекламної кампанії суспільних (державних чи недержавних) організацій.

Гіпертекстові посилання

Ефективність рекламної кампанії в інтернеті можна покращити за допомогою використання *гіпертекстових посилань* (hypertext).

Чимало сайтів розміщують на своїх сторінках різноманітні аналітичні матеріали, статті та огляди. На ключовому слові (прізвищі, посаді, події), фразі, реченні або цілому текстовому блокові в даному випадку робиться гіперпосилання (hyperlink), яке веде на сайт рекламодавця.

Розміщення гіпертекстових посилань у більшості випадків не вимагає оплати або оплачується за певну кількість кліків мишею із подальшим переходом на сторінку рекламодавця.

Зазвичай такий вид інтернет-реклами за взаємною згодою використовується на партнерських сайтах, які ведуть спільну тематику.

Гіпертекстове посилання можна розмістити і на promotion-сторінках. Рекламні майданчики створюють спеціально для рекламодавців додаткові сторінки, дизайн яких не виходить за межі оформлення сайту.

У разі відсутності сайту рекламодавця на таких сторінках можна розмістити інформацію про події, політичних лідерів, партії, суспільні організації, товари, послуги тощо.

В разі наявності сайту на promotion-сторінках разом із інформацією розміщують банери, текстову рекламу і гіпертекстові посилання, які ведуть на сайт рекламодавця.

Вище зазначені види зараховують до пасивних видів інтернет-реклами, оскільки вони розраховані на самостійний пошук інформації користувачем.

Активна інтернет-реклама

Електронна пошта (e-mail) є найпоширенішим і найпростішим у реалізації видом активної інтернет-реклами, який значно підвищує ефективність останньої.

Цей спосіб доставки інформації до споживача став основою для організації таких видів інтернет-реклами, як *списки розсилки, дискусійні листи, індивідуальні поштові повідомлення, телеконференції, групи новин та дошки оголошень.*

Останній різновид визначеного виду інтернет-реклами, до речі, можна використовувати як для реклами сайту, так і для реклами подій, лідерів, політичних програм, суспільних (у тому числі політичних, економічних та інших) організацій, товарів чи послуг.

В Інтернеті існує величезна кількість *списків розсилки* — засобів комунікації, орієнтованих на конкретного споживача інформації. Розсилки за різноманітними тематиками принесли цьому виду активної інтернет-реклами неабияку популярність.

Механізм цього виду інтернет-реклами простий: спеціальні служби розсилки пропонують власникам сайтів, що займаються рекламою, хпровадження регулярної тематичної розсилки їхньої інформації у своєрідному електронному друкованому виданні, орієнтованому на добровільних передплатників.

Виокремлюють такі види інтернет-розсилок, від яких споживач може відмовитись у будь-який час:

1. відкриті розсилки, підпис на які доступний для всіх без винятку користувачів;
2. закриті, які зорієнтовані виключно на певну аудиторію;
3. безкоштовні, за підпис на які користувач не має платити;
4. платні, які доступні лише за певну ціну.

Таким чином добровільною згодою на отримання електронною поштою згаданих вище видів розсилок забезпечується охоплення цільової аудиторії і водночас знімається проблема роздратування від «нав'язливої реклами».

Дискусійні листи створюються з метою забезпечення обміном інформацією або обговорення певних питань.

У дискусійних листах можуть брати участь усі бажаючі користувачі інтернету. Процедури дуже прості: після підписання на лист рекламодавець отримує листи всіх учасників. Відповідно його листи стають доступними для всіх інших і в подальшому зберігаються в архіві.

Модератор (засновник листа або особа, обрана учасниками дискусійного листа) перевіряє відповідність повідомлень тематиці листа, контролює ступінь представленості матеріалу перед тим, як здійснити розсилку згаданих повідомлень.

Розсилка індивідуальних поштових повідомлень є найефективнішим різновидом електронної розсилки, оскільки повідомлення потрапляє саме до тієї людини, чиєї уваги найбільше потребує рекламодавець.

Проблема полягає лише в тому, що процес збору адрес зацікавлених в таких розсилках користувачів може зайняти значну кількість часу.

Практика такого виду інформаційно-комунікаційної діяльності в інтернеті свідчить, що рекламодавці зазвичай знаходять адреси таких споживачів інформації за тематикою їхніх web-сторінок, повідомленнями у дискусійних листах, телеконференціях і на дошках об'яв.

Телеконференція — це система організації тематичного розподілу повідомлень (вільна або з модератором), яка базується на протоколі обміну новинами NNTP (Network News Transfer Protocol), що є сумісним з протоколом TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol).

В таких системах налічується величезна кількість дискусійних груп, що дозволяє обмінюватися інформацією на міжнародному рівні.

Модератор телеконференції (якщо він призначений), так само, як і при організації дискусійних листів, отримує всі повідомлення і визначає, чи відповідають вони тематиці телеконференції та традиціям і нормам спілкування в цьому середовищі.

Схожими видами активної інтернет-реклами (за механізмом реалізації) є *групи новин та дошки оголошень*. Рекламодавець розсилає на них свої повідомлення, які розміщують в певних розділах-темах. Але такий вид інтернет-реклами потребує інформаційного приводу, що, безумовно, обмежує його використання.

Типи інтернет-реклами

З метою досягнення бажаної ефективності рекламної кампанії усі види інтернет-реклами потрібно використовувати в комплексі відповідно до цілей та завдань рекламної кампанії у Всесвітній павутині.

А цілі і зівдання рекламної кампанії визначають наступні типи інтернет-реклами: конкретна, інформаційна, іміджева і заохочувальна реклама.

Конкретна реклама містить інформацію про політичні документи (програми), лідерів, організації, товари, послуги тощо. Мета цього типу реклами — здійснення постійної підтримки інформованості користувачів про об'єкт рекламування. Ця інформаційна підтримка може здійснюватися також відповідно до поточних подій: виборів, місця продажу тощо.

Інформаційна реклама базується на інформаційному приводі — конференції, виступі, телепередачі, зустрічі, статті тощо. Метою інформаційної реклами в інтернеті є оповіщення користувачів про певну подію, місце і час її проведення.

Іміджева реклама вміщує інформацію, яка сприяє встановленню стійких асоціацій з певним лідером, суспільною організацією, торговельною маркою тощо. Метою цього зразка реклами може бути: формування іміджу новоствореної партії чи блоку, політика-неофіта, інноваційного товару чи послуги; створення позитивного іміджу вже існуючим партії, кандидату, торговельній марці; підсилення популярності партії, блоку, політика, товару або послуги.

Заохочувальна реклама формується з такої інформації, яка звертає увагу користувачів на лідера, суспільну організацію (політичну, економічну, громадську тощо), товар або послугу. Головною метою при цьому виступає залучення нових і потенційних симпатиків або покупців, а в політичній рекламі — й тих виборців, які ще не зробили свій вибір на користь того чи іншого політика, партії чи блоку.

Варто відзначити, що в суспільствах, в яких інформаційно-комунікаційні технології ще знаходяться на початкових етапах свого розвитку, інтернет-PR та інтернет-реклама поки що очікують свого зіркового часу. Але темпи запровадження таких технологій у суспільне життя дають підстави для соціального оптимізму!..

ПІСЛЯМОВА

Традиційно у післямові пишуть довжелезні висновки із перерахуванням висновків по кожному розділу і параграфу. Очевидно, це виправдано у монографії, де традиційним стандартом є «наукоподібність» і класична форма викладення.

Наш випадок — особливий, позаяк процеси глобалізації руйнують усталені підходи до оцінки ролі держави та громадянського суспільства на всіх рівнях управління: глобальному, цивілізаційно-територіальному, державно-національному, регіональному і локальному. Світ явно змінюється і це визначає певну невизначеність у становленні структур глобальної держави і глобального громадянського суспільства, у тому числі і на рівні держави-нації та національної моделі громадянського суспільства.

Ми намагалися поєднати світові методологічні і методичні підходи дослідження цієї проблематики із власним (переконані — унікальним!) баченням формування партнерських стосунків між структурами держави та структурами громадянського суспільства на всіх рівнях управлінської ієрархії.

Наскільки нам вдалося реалізувати задумане, судити вам, шановні читачі. Сподіваємося, ми вас не дуже розчарували. А якщо зацікавили і ви після того «рвонете» до бібліотек і будете намагатися розкритикувати нас в пух і прах у своїх статтях, дискусіях та практичній діяльності, ми будемо щасливі від того, що зачепили вас за живе!

Успіхів вам в усіх ваших справах!

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Алескеров Ф., Ортешук П. Выборы. Голосование. Партии. — М., 1995.
2. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // ПОЛИС. — 1992. — № 4.
3. Анархия и власть. — М., 1992.
4. Антология мировой философии. — М., 1969–1972.
5. Ардан Ф. Франция: государственная система: Пер. с фр. — М., 1994.
6. Аристотель. Политика // Соч.: В 4 т. — М., 1983. — Т. 4.
7. Арон Р. Этапы развития социологической мысли. — М., 1993.
8. Арсеньев Э. Франция под знаком перемен. — М., 1984.
9. Артемов Г.П. Политическая социология: Учебное пособие. — М., 2002.
10. Бабкин В., Селиванов В. Народ и власть. — К., 1996.
11. Баскин Ю. Я. Очерки по истории политических учений. — Л., 1999
12. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. - К., 2005.
13. Бебик В. Політологія для політика і громадянина. - К., 2004.
14. Бебик В. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. - К., 2001.
15. Бебик В. Базові засади політології: історія, теорія, методологія, практика.- К., 2001.
16. Бебик В. Глобальна психологія в кольоровому інтер'єрі // Соціальна психологія. - 2006 - №2.- с.166-175.
17. Бебик В. Глобальне громадянське суспільство: теорія, методологія, менеджмент // Політичний менеджмент. - 2006.- №2.- с.140-147.
18. Бебик В., Сидоренко О. Засоби масової інформації посткомуністичної України.- К., 1996.
19. Белов А.Г. Политология. Учебное пособие. — М.: ЧеРо, 1996. — 304 с.
20. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. / Упоряд. В. Лях. — К., 1996. — С. 194-250.
21. Бжезинский З. Великая шахматная доска. — М., 1998.
22. Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. — М., 1992.
23. Бодуен Ж. Вступ до політології. — К., 1995.
24. Болонський процес: перспективи і розвиток у контексті інтеграції України в європейський простір вищої освіти (за ред. В.Бебика).- К., 2004.
25. Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы.- М., 2000

26. Борисов В. К. Теория политических систем. — М., 1991.
27. Бурдые П. Социология политики. — М., 1993.
28. Буржуазные теории журналистики: критический анализ. — М., 1980.
29. Бухарин Н. Как А. Квасневский победил на президентских выборах в Польше // Власть. — 1996. — № 3.
30. Вайнштейн Г. Интернет как фактор общественной трансформации // МЭиМО. — 2002. - №7.
31. Васецкий Н. Ликвидация. Сталин, Троцкий, Зиновьев: фрагменты политических судеб. — М., 1989.
32. Ваттимо Дж. Прозрачное общество. — М., 2002.
33. Власенко Н. А., Зорько С. В., Сиротич М. Р. Україна на шляху до інформаційного суспільства: проблеми та здобутки. Інформаційно-аналітичний огляд Національного інституту стратегічних досліджень. — К., 1995. — № 5.
34. Власть, бизнес и гражданское общество //Общественные науки и современность. — 2002.- №6.- с.31-51.
35. Власть. Очерки современной политической философии Запада. — М., 1989.
36. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. — К., 1994.
37. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения: Пер с нем. — М., 1990. — С. 644-706.
38. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения: Пер с нем. — М., 1990. — С. 602-643.
39. Вятр Е. Социология политических отношений. — М., 1979.
40. Гаджиев К. С. Политическая наука. — М., 1995.
41. Гаджиев К. С. Геополитика. — М., 1997.
42. Гончаров Д.В. Теория политического участия. — М., 1997. — 206 с.
43. Гегель Г. В. Ф. Философия права. — М., 1990.
44. Гелбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. — М., 1969.
45. Глобалізація і Болонський процес: проблеми і технології (за ред. В.Бєбика). - К., 2005.
46. Громадянське суспільство в сучасній Україні: специфіка становлення, тенденції розвитку //заг. ред. Ф.М. Рудича— К., 2006.
47. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. — М., 1936.
48. Гоббс Т. Философские основания учения о гражданине. — М., 1974
49. Гол Дж. Онлайн-журналістика /Пер. з англ. — К., 2005.
50. Горбатенко В. Стратегія модернізації суспільства. Україна і світ на зламі тисячоліть. — К., 1999.
51. Гоян О. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту.- К., 2004.

52. Грамши А. Искусство и политика. — М., 1991.
53. Гурне Б. Державне управління. — К., 1993.
54. Давид Р. Основные правовые системы современности. — М., 1988.
55. Дай Т. Р. Демократия для элиты. — М., 1984.
56. Дал Р. О демократии. — М.: Аспект Пресс, 2000. — С. 96.
57. Даниленко В. И. Современный политологический словарь. — М., 2000.
58. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК. Вступ.- К., 2—4.
59. Демидов А. И. Политическая деятельность. — Саратов, 1987.
60. Денис Э., Мэрил Дж. Беседы о масс-медиа. — М., 1997.
61. Дилигенский Г.Г. Демократия на рубеже тысячелетий // Политические институты на рубеже тысячелетий. — Дубна, 2001. — С. 27-44.
62. Древнеиндийская философия. Начальный период. — М., 1972.
63. Древнекитайская философия. — М., 1973. — Т. 1—2.
64. Дубов И., Пантелеев С. Восприятие личности политического лидера // Психол. журн. — 1992. — Т. 13. - № 6.
65. Дугин А.Г. Русская вещь. Очерки национальной философии: в 2 т. - Т. 1. — М., 2001.
66. Ерме Ги. Культура и демократия: Пер. с франц. — М., 1994.
67. Желев Ж. Фашизм: Тоталитарное государство. — М., 1991.
68. Жилияев І.Б. Інформаційно-комунікаційні технології, як державний пріоритет // Проблеми науки . — 2003. - №8. —С.3
69. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» // Голос України. — 1997. — 12 черв.
70. Згуровский М. З., Доброногов А. В., Померанцев Т. Н. Исследование социальных процессов на основе методологии системного анализа. — К., 1997.
71. Зубов А. Б. Парламентская демократия и политическая традиция Востока. — М., 1990.
72. Зуев А., Мясникова Л. Глобализация: аспекты, о которых мало говорят // МЭиМО. - 2004.- №8.- с.54-60.
73. Иванова Н.Ю. Людина і політика // Політологія: Підручник / за ред. О.В. Бабкіної, В.П. Горбатенка. - К., 2001. —С. 168-179 .
74. Мелешкина Е.Ю. Политическое поведение // Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: Сборник учебных материалов / под ред. Мелешкиной Е.Ю. — М., 2001. — С. 152-171.
75. Иванов В. Политическая психология. — М., 1990.
76. Иноземцев В. «Nation-building»: к истории болезни // МЭиМО.- 2004.- №11.- с.14-21.

77. История политических и правовых учений / Под ред. В. Нерсесянца. — М., 1998.
78. История буржуазной социологии XIX — начала XX в. — М., 1979.
79. История китайской философии. — М., 1991.
80. История Франции. — М., 1973. — Т. 1–3.
81. Каледин Н. В. Политическая география. — Спб., 1996.
82. Кант И. Трактаты и письма. — М., 1980.
83. Кін Дж. Громадянське суспільство. Старі образи, нове бачення. — К., 2000. — С.51
84. Кін Дж. Мас-медіа і демократія / Пер. з анг. — К., 1999. — С.102.
85. Кифишин А. Г. Древнее святилище Каменная могила. Опыт дешифровки протошумерского архива XII–III тысячелетия до н. э. — К., 2001.
86. Ковлер А. Франция: партии и избиратели. — М., 1984.
87. Ковлер А. Кризис демократии? Демократия на рубеже XXI века.- М., 1997.
88. Колосов В. А., Мироненко Н. С. Геополитика и политическая география. — М., 2002.
89. Конституція України — К., 1997.
90. Концепція взаємодії держави і громадянського суспільства. www.csi.org.ua/?&lim_beg=30&id=132
91. Корнхаузер В. Політика масового суспільства // Політологічні читання.—1992.—№1.
92. Косолапов Н. Социальная психология и международные отношения. — М., 1983.
93. Кочубей Б. Психологические и социальные аспекты тотального равенства // Психол. журн. — 1989. — Т. 10, № 6.
94. Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. — К., 2002.
95. Лейпхарт А. Демократия в многосоставных обществах: сравнительное исследование /Пер. с англ. — М., 1997. — 287 с.
96. Локк Дж. Избранные философские произведения. — М., 1960.
97. Макиавелли Н. Избранные произведения. — М., 1982.
98. Мальцев В. А. Философия политики. — М., 1997.
99. Мамут Л. С. Этатизм и анархизм как типы политического сознания. — М., 1989.
100. Мангейм Дж. Б., Рич Р. К. Политология. Методы исследования. — М., 1997.
101. Марченко М. Н. Политическая теория и политическая практика развитых капиталистических стран. — М., 1992.

102. Мас-медіа України: Довідник. — К., 1995.
103. Матвеев Р. Ф. Теоретическая и практическая политология. — М., 1994.
104. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1, 2. — М., 1990.
105. Мироненко О. М. Права і свободи людини у доробку українських мислителів ХІХ — початку ХХ ст. — К., 1995.
106. Монтескьє Ш. Л. О духе законов // Избр. пр. — М., 1955.
107. Мурадян А. А. Дзуликый Янус. Введение в политологию. — М., 1994.
108. Мухаев Р. Т. Политология. — М., 1997.
109. Наукові студії з політичної психології. — К., 1995.
110. Новая индустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. — М., 1999.
111. Оболенський О. Ю. Державна служба України: реалізація системних поглядів щодо організації та функціонування. — К., 1999.
112. Огієнко І. Українська культура. — К., 1918.
113. Ольшанский Д. Политический PR.- СПб., 2003.
114. Омельченко О. А. Идея правового государства: истоки, перспективы, причины. — М., 1994.
115. Основы політичної науки / За ред. Б. Кухти. — Ч. І–ІІІ. — Л., 1997.
116. Основы теории политической системы / Т. Манов, М. Марченко, В. Мшвениерадзе и др. — М., 1985.
117. Основы этнодержавознавства / За ред. Ю. Римаренка. — К., 1997.
118. Основы демократії: Навч. посібн. / За заг. ред. А. Колодій. — К., 2002.
119. Орбан-Лембрик Л. Соціальна поведінка як спосіб вияву активності особистості // Соціальна психологія. — № 5. — 2004. — С. 12-19.
120. Павлов С. В., Мезенцев К. В., Любіцева О. О. Географія релігій. — К., 1998.
121. Парсонс Т. Система современных обществ. — М., 1997.
122. Партии и выборы в капиталистическом государстве. — М., 1980.
123. Перегудов С.П. «Корпоративный переворот» и будущее демократии // Политические институты на рубеже тысячелетий. — Дубна, 2001. — С. 45-60.
124. Платон. Сочинения. — М., 1972. — Т. 1–3.
125. Пойченко А. М. Політика: теорія і технології діяльності. — К., 1996.
126. Політичні структури та процеси в сучасній Україні / За ред. Ф. М. Рудича. — К., 1995.
127. Політологія / За ред. О. І. Семківа. — Л., 1993.
128. Політологія. Кінець ХІХ — перша половина ХХ ст. / За ред. О. І. Семківа. — Л., 1996.

129. Политический процесс: Основные аспекты и способы анализа / Под ред. Е. Ю. Мелешкиной. — М., 2001.
130. Политическая культура: Теория и национальные модели. — М., 1994.
131. Попов Н. Индустрия образов. Идеологические функции средств массовой информации в США. — М., 1986.
132. Поршнев Б. Социальная психология и история. — М., 1979.
133. Почепцов Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. — К., 2001.
134. Почепцов Г. Теорія комунікації. — К., 1996.
135. Почепцов Г. Тоталитарный человек. — К., 1994.
136. Правова держава / За ред. Ю. С. Шемшученка. — К., 1996. — Вип. 7.
137. Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави. — К., 1995.
138. Проблеми роздержавлення засобів масової інформації в Україні. — К., 1998. — С. 16-27
139. Проект Концепції взаємодії держави з громадянським суспільством. www.minjust.gov.ua/?do=d&did=7544&sid=discuss
140. Разделенная демократия. Сотрудничество и конфликт между президентом и конгрессом: Пер. с англ. / Под ред. Дж. Тарбера. — М., 1994.
141. Рассел Б. Практика и теория большевизма. — М., 1991.
142. Рошин С. Западная психология как инструмент идеологии и политики. — М., 1980.
143. Рошин С. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня // Психол. журн. — 1990. — Т. 11, № 5.
144. Рудич Ф. М. Много ли власти нужно власти? — К., 1999.
145. Руссо Ж. Ж. О происхождении и основании неравенства между людьми. — М., 1976.
146. Рябов С. Г. Політологічна теорія держави. — К., 1996.
147. Саймон Г. Адміністративна поведінка. — К., 2001.
148. Себайн Дж. Г., Торсон Т. Л. Історія політичної думки. — К., 1997.
149. Сіленко А.О. Електронна Україна // Політичний менеджмент. — 2003. - №3.
150. Справочник по политическому консультированию / Под ред. Д. Перлматтера. — М., 2002.
151. Современная западная социология. — М., 1990.
152. Современная западная философия. — М., 1991.
153. Соловьёв А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. — М., 2000.
154. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации.- СПб., 2002.

155. Теорія і практика політичного аналізу / За заг. ред. О. Л. Валевського і В. А. Ребкала. — К., 2003.
156. Тертыйный А.А. Расследовательская журналистика. — М., 2002.
157. Токвиль А. О. Демократия в Америке. — М., 1992.
158. Українське суспільство: соціальний моніторинг 1994 — 2003. — К., 2003.
159. Уледов А. Общественная психология и идеология. — М., 1985.
160. Фрезер Дж. Мифы народов мира. — М., 1980—1981. — Т. 1—2.
161. Фромм Э. Адольф Гитлер: клинический случай некрофилии. — М., 1992.
162. Фромм Е. Революція надії // Сучасна зарубіжна соціальна філософія. / Упоряд. В. Лях. - К., 1996. — С. 135-192.
163. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. — М., 2003.
164. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. — М., 1992.
165. Хто є хто в європейській та американській політології / За ред. Б. Кухти, А. Романюка, М. Поліщука. — Л., 1995.
166. Цыганков П. Теория международных отношений.- М., 2003.
167. Чемшит А.А. Государственная власть и политическое участие. — К., 2004.
168. Шабров О. Ф. Политическая система: структура, типология, устойчивость. — М., 1993.
169. Шаповал В. Вищі органи сучасної держави. Порівняльний аналіз. — К., 1995.
170. Шаповал Ю. І. Людина і система: штрихи до портрета тоталітарної доби в Україні. — К., 1991.
171. Шестопал Є.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. М., 2000.
172. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М., 1980.
173. Шира Дж. Введение в библиотековедение. — М., 1983.
174. Шуба О. Релігія в етнонаціональному розвитку України. — К., 1999.
175. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и экономика. — М., 1995.
176. Шляхтун П.П. Політологія (Теорія та історія політичної науки): Підручник. - К., 2002.
177. Щербина В. Сітьова кіберкомунікація як соціальний феномен // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. - №1.
178. Юридична енциклопедія. — К., 1998.
179. Abramson P. R., Aldrich J. H., Rohde D. W. Change and Continuity in the 1980 elections. — Washington, 1982.
180. Adorno Th. W. The Authoritarian Personality. — N.Y., 1950.

181. Almond G. Comparative Political Systems // Journ. of Politics. — 1956. — Vol. 8.
182. Almond G. The Intellectual History of Civic Culture Concept. The Civic Culture Revisited // Gen. Editors G. Almond, S. Verba — Boston. — Toronto, 1980, p. 1–36.
183. Almond G., Verba S. The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations. — Boston, 1965.
184. Arendt X. The Origins of Totalitarianism. — N.Y., 1973.
185. Aron R. The diffusion of ideologies // Confluence. — 1953. — March.
186. Bauman Z. Globalization: The Human Consequences. — Cambridge — N. Y., 1998.
187. Benigar J. R. Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society. — Cambridge, 1986.
188. Berelson B. R., Lazarsfeld P. F., McPhee W. M. Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign. — Chicago, 1954.
189. Berneys E.L. The Later Years. Public Relations Insight 1958-1986. — Rhinebeck, 1986.
190. Blau P. M. Exchange and Power in Social Life. — N. Y., 1964.
191. Blau P. M. Inequality and Heterogeneity. — N. Y., 1977.
192. Bottomore Th. B. Elites and Society. — London, 1954.
193. Brewster Smith M. Is Psychology Relevant to New Priorities? // Amer. Psychol. — 1973. — Vol. 28, N 6.
194. Brewster Smith M. A. Map for Analysis of Personality and Politics // J. Soc. Is. — 1968. — Vol. 24, N 3.
195. Broder D. How Press Secrecy Backfired on Reagan // Washington Post. — 1987. — 22 March.
196. Brzezinski Z. Power and Principle. — N. Y., 1985.
197. Carey J. Communication of Culture: Essays on Media and Society. — Boston, 1980.
198. Chaplin J. P. Dictionary of Psychology. — N.Y., 1971.
199. Clark T. N. The Concept of Power // Community Structure and Decisionmaking: Comparative Analysis. — San Fransisco, 1968.
200. Cohen-Tanugi L. Le Choix Sans l'Etat: Sur la Democratie en France et en Amerique. — Paris, 1985.
201. Crozier M. Le Phenomene Bureaucratique. — Paris, 1964.
202. Crozier M., Friegenberg E. L'acteur et le Systeme. — Paris, 1977.
203. Dahl R. A. The Analysis of Influence in Lokal Community Action. — East Lancing, 1960.
204. Dahl R. Polyarcy: Participation and Opposition. — New Haven, 1971.- P2-6.
205. Dawson R., Prewitt K. Political Socialization. — Boston, 1969.

206. Deibel T. Presidents, Public Opinion and Power: the Nixon, Carter and Reagan Years. — N. Y., 1987.
207. Donovan R. J. Conflict and Crises: The Presidency of Harry S. Truman, 1945–1948. — N. Y., 1977.
208. Duijker H. C. J., Frijda N. H. Nation Character and National Stereotypes. — Amsterdam, 1960.
209. Duverger M. La Sociologie Politique. — Paris, 1967.
210. Duverger M. La Systeme Politique Francais. — Paris, 1985.
211. Easton D. A Framework for Political Analysis. — N. Y., 1965.
212. Ellul J. Propagandes. — Paris, 1962.
213. Ellul J. The Technological Society. — Paris, 1965.
214. Entman R. M. Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics. — N. Y., 1989.
215. Etzioni A. A Comparative Analysis of Complex Organizations. — N. Y., 1961.
216. French J. R., Raven B. The Bases of Social Power // Group Dynamics: Research and Theory. — London, 1960.
217. Freud Z. Group Psychology and the Analysis of the Ego. — London, 1955. — Vol. 18.
218. Freund J. L'essence du Politique. — Paris, 1965.
219. Freud S., Bullitt W. Thomas Woodrow Wilson: A Psychological Study. — Boston, 1967.
220. Fridman M. Capitalism and Freedom. — Chicago, 1982.
221. Fromm E. Greatness and Limitations of Freud's Thought. — N. Y., 1979.
222. Fromm E. The Revolutions of Hore. Toward a Humanized Technology. — N.Y., 1968.
223. Fykuyama F. The end of history and the last man. — N. Y., 1992.
224. Galbraith J. K. The Anatomy of Power. — London, 1984.
225. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. — Cambridge, 1989.
226. Handbooks of Administrative Communication. — N. Y., 1997.
227. Hickson D. J., Hining C., Schneck R., Pennings N. A. Strategic Contingency Theory of Intraorganizational Power // Administrative Sci. Quart. — 1971. — Vol. 16.
228. History of U.S. Political Parties. — N. Y., 1973.
229. History of American Presidential Elections 1789–1968. — N. Y., 1971.
230. Janis I. Victims of grupthink; Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascos. — Boston, 1983.
231. Jaworski L. The Right and Power. — N. Y., 1976.
232. Jimmy Carter and American Fantasy: A Psychological Explorations /Ed. by L. de Mause, H. Ebel. — N. Y., 1977.

233. Katz R. S. A Theory of Parties and Electoral Systems. — Baltimore-London, 1980.
234. Keller S. Beyond the Ruling Class. Strategic Elites in Modern Society. — N. Y., 1963.
235. Lasswell H. D. Politics — Who Gets, What, When, How. — N. Y., 1936.
236. Lasswell H. D. Psychopathology and Politics. — Chicago, 1930.
237. Lawson K. The Comparative Study of Political Parties. — N. Y., 1976.
238. Lewis F. Mondail: Portrait of American Politician. — N. Y., 1980.
239. Lichter S. R., Stanley Rotham, Linda S. Lichter. The Media Elite. — Bethsd, Md, 1986.
240. Lipset S. M. Party Coalitions and the 1980 Elections // Party Coalitions and the 1980s / Ed. by S. M. Lipset. — San-Francisko, 1981.
241. Manheim Jarol B., Pich Richard R. Empirical Political Analysis: Research Methods in Political Science, Fourth Edition. — N. Y., 1995.
242. Marcuse H. One-dimensional Man. Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society. — Boston, 1964.
243. Marcuse H. Essay on Liberation. — Boston, 1969.
244. McLuhan M. Understanding Media. The Extension Men. — London, 1969.
245. McQuail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. — London, 1986.
246. Merriam Ch. The Present State of the Study of Politics // Amer. Politic. Sci. Rew. — 1921. — Vol. 21.
247. Michels R. Zur Soziologie des Parteiwesens in der Modern Demokratie. — Berlin, 1970.
248. Mills C. W. The Power Elite. — N. Y., 1956.
249. Palombara J., Weiner M. Political Parties and Development. — Princeton, 1966.
250. Parsons T. Politics and Structure: On the Concept of Political Power. — N. Y., 1969.
251. Parsons T. The Social Systems. — Glencoe, 1959.
252. Patterson B. H. Jr. The Ring of Power: The White House Staff and it's Expanding Role in Government. — N. Y., 1988.
253. Pennock J. R. Democratic Political Theory. — Princeton, 1979.
254. Political Leadership in Industrial Societis / Ed. by L. Edinger. — N. Y., 1976.
255. Political Science: The State of the Discipline / Ed. by A. Finifter. — Washington, 1983.
256. Poulantzas N. La Crise de l'Etat. — Paris, 1976.
257. Poulantzas N. L'Etat le Pouvoir, le Socialisme. — Paris, 1978.

258. Powell J. The President and the Press. — Washington: D. C., 1981.
259. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування (за ред. В.Бебика та С.Куніцина). - К., 2003.
260. Reedy G. The White House: The Media and the Man in the Middle // Three Press Secretaries on the Presidency and the Press. — Lanham, 1983.
261. Richardson E. The Creative Balance: Government, Politics and the Individual in America's Third Century. — N. Y., 1976.
262. Riesman D. Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character. — N. Y., 1967.
263. Rogers M. F. Instrumental and Infra-resources: The Bases of Power // Amer. J. Soc. — 1974. — Vol. 79, N 6.
264. Sabato L. J. Feeding Frezy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics. — N. Y., 1991.
265. Schram M. The Great American Video Game: Presidential Politics in the Television Age. — N. Y., 1987.
266. Schwtzenberg R.-J. Sociology Politique. — P., 1988. — P. 42.
267. Somit A., Tannehaus J. The Development of Political Science: From Burgess to Behaviorism. — Boston, 1967.
268. Spear J. C. Presidents and the Press: The Nixon Legacy. — Cambridge, 1984.
269. Steiniger R. Soziologische Theorie der Politischen Partien. Er/M. — N. Y., 1984.
270. Stogdill R. Handbook of Lidership. — N. Y.; London, 1974.
271. Tomlinson J. Globalization and Culture. — Cambridge, 1999.
272. Weber M. Gesammelte auf Setze zur Religionssoziologie. — Bd. 1—3. — Tub., 1978—1986.
273. Weber M. Gesammelte auf Setze zur Soziologie und Socialpolitik. — Tub., 1924.
274. Weber M. Wirtschaft und Gesellschaft. — Ko..ln: W. B., 1964.
275. Wrong D. H. Some Problems in Defining Social Power // Amer. J. Soc. — 1968. — Vol. 73, N 6.
276. Wurman R. S. Information Anxiety. — N. Y., 1989.

ДЛЯ НОТАТОК

Навчально-методичний посібник

**ДЕРЖАВА І ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО:
ПАРТНЕРСЬКІ КОМУНІКАЦІЇ В ГЛОБАЛЬНОМУ СВІТІ**

За редакцією: Бебика Валерія Михайловича

Редактор: Шовкошитна Світлана Володимирівна

Виготовлено ТОВ „ІКЦ Леста“

Свідцтво про внесення суб'єкта видавничої діяльності до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК 726 від 18.12.2001 р.
м. Київ, бульв. Дружби народів, 22, к. 21, тел. 529-07-32.

Підписано до друку з оригінал-макету. 13.10.2006

Формат 60x84/16. Гарнітура Newton. Папір офсетний.

Умовн.-друк. арк. 14,415. Обл.-вид. арк. 13,57. Наклад 1000 прим.