

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Історико-філософський факультет

Кафедра політології

Науково-практична онлайн-конференція
**«СУЧАСНА ПРИКЛАДНА ПОЛІТОЛОГІЯ:
ВИКЛИКИ, СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

(21 січня 2022 року)

Київ - 2022

Зміст

Бабаджанова А. О. ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА: ПОЛІТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ	4
Верясова А. В. ВПЛИВ ПРОТЕСТІВ VLM-2020 НА РИТОРИКУ ПРОГРАМ КАНДИДАТІВ В ПРЕЗИДЕНТИ США	6
Довженко Т. Ю. ВИЗНАЧЕННЯ ТА ТИПОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ	8
Зайченко К. І. МАНІПУЛЮВАННЯ ЯК ОСНОВА ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	10
Клименок І. С. ГІБРИДНА ВІЙНА: МИНУЛЕ ТА СУЧАСНІСТЬ	12
Коржова А. К. РОЛЬ МАС-МЕДІА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ	15
Кушнір А. А. АБСЕНТЕЇЗМ В УКРАЇНІ ЯК ФОРМА ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ ГРОМАДЯН	17
Лаврук В. В. ІНТЕГРАЦІЯ В ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ ВНУТРІШНІХ МІГРАНТІВ.....	19
Махоніна А. О. ДЕМОКРАТІЯ ТА ВРЕГУЛЮВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ	22
Махортова Т. А. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНИХ ВПЛИВІВ.....	24
Миц І. І. ІНТЕРНЕТ МЕМИ ЯК РІЗНОВИД СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ МАНІПУЛЯЦІЙ	27
Мусієнко А. О. ДОВІРА ДО УКРАЇНСЬКИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	29

Найденко О. О. ГЕНЕЗА НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА ПОЛІТИЧНЕ ЛІДЕРСТВО.....	31
Овдієнко Д. І. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В ПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ	33
Пономарьова І. В. ВИКОРИСТОВУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ УКРАЇНИ	36
Сагайдак П. П. АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КРИЗ В УКРАЇНІ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПРЕДИКТОРИ.	38
Славінський С. С. ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ПРОТИДІЇ КОРУПЦІЇ : УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД.....	41
Стрелюк М. І. ЛІБЕРТАРІАНСТВО В УКРАЇНІ ЯК СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-ІДЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	43
Теплюк В. А. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ХХІ СТОЛІТТЯ, ФОРМИ І СПОСОБИ ЇХ ВЕДЕННЯ	46
Урсол М. А. ФЕНОМЕН «ЛІДЕРСЬКИХ» ПАРТІЙ В УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ 2014 РР.	49
Шкіндер А. В. НЕВИЗНАНІ ДЕРЖАВНІ УТВОРЕННЯ НА ТЕРЕНАХ ДЕРЖАВ КОЛИШНЬОГО СРСР: ПОЛІТИЧНІ І ПРАВОВІ ВИКЛИКИ	51

Бабаджанова А. О.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Панасюк Л.В.
д. політ. н., доцент кафедри політології

ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА: ПОЛІТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ

Сучасний рівень соціально-політичних відносин у суспільстві та розгортання у світовому політичному житті глобалізаційних процесів пов'язане з багаторазовим посиленням іміджевого фактору у сфері політики. Саме тому, сьогодні, важливим при розробці політичних стратегій є дослідження формування та збереження іміджу українських політиків.

Імідж політичного діяча, за своєю суттю, подається у вигляді репрезентуючої «оболонки», виходячи з сприйняття якої, виборці визначають своє ставлення до влади, яку представляє політичний лідер. Тому без теоретичних знань про типологію та функції іміджу політичного лідера неможливо адекватно та безпомилково сформулювати власну позицію, а також своєчасно дати оцінку політичної реальності в країні

Імідж політичного лідера – це образ, який спеціально формується в очах різних соціальних груп. Він не виникає випадково, а завдяки цілеспрямованим зусиллям як самого політика, так і його команди. Щоб такого роду вплив був ефективним, необхідно, щоб він здійснювався не на свідомість виборців, так як свідомість здатна виявити факт спроби штучно вплинути на неї, а на півсвідому сферу. Принципи конструювання іміджу базуються на використанні соціально-психологічного знання про його природу і включають уявлення про колективне несвідоме [1, с. 178].

Однією з реалій політичного процесу в Україні є дедалі більше поширення технологій і механізмів формування політичного іміджу. На думку відомого політолога Д. Ольшанського, найефективнішою у формуванні позитивного

іміджу вважається система положень, у рамках якої виділено шість шляхів створення іміджу:

- мотиваційний аналіз – вивчення глибинної психології споживання;
- акцент на психоавтоматику – динаміку стереотипів підсвідомості аудиторії;
- облік хромології – науки про психоемоційний вплив різних кольорів;
- прийоми «силового відеомонтажу» та пошуки сублімального звукоряду;
- облік геометрії – психології неусвідомлюваних реакцій на форму;
- міфопроєктування структури та динаміки архетипів колективного несвідомого [2, с. 330–331].

Розвиток нових технологій, в тому числі нових медіа, відкриває нові можливості як для формування образу політичного лідера-кандидата, так і для завоювання довіри виборців. Так, К. Рітзі і Г. С. Шааль відзначають зростаючу роль ЗМІ в процесі формування іміджу політичного лідера в сучасну епоху. Серед значущих чинників, що впливають на даний процес, вони виділяють медіатизацію, фрагментацію суспільства, зміна уявлень про управління державою і суспільством [3, с. 13]. Формування іміджу відбувається в певній послідовності, починаючи з визначення вимог аудиторії, співвідношення реальних якостей кандидата з очікуваннями громадян і закінчуючи переведенням обраних характеристик у подієвий ряд.

Список використаних джерел:

1. Мякотіна О.В. Імідж політичного лідера: тенденції становлення та зміни. М., 2008. 207 с.
2. Ольшанский, Д. В. Політичний PR. СПб., 2003. 544 с.
3. Ritzi C., Schaal G. S. Politische Führung in der «Postdemokratie» // Aus Politik und Zeitgeschichte. 2010. № 2–3. S. 15.

Верясова А. В.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Супруненко А. П.
к. політ. н., доцент кафедри політології

ВПЛИВ ПРОТЕСТІВ BLM-2020 НА РИТОРИКУ ПРОГРАМ КАНДИДАТІВ В ПРЕЗИДЕНТИ США

У сучасній політичній науці загальноприйнятним є визнання, що ознакою розвинутої демократії є релевантність передвиборчих програм подіям, що відбуваються в країні. З цієї позиції актуалізовано дослідження відображення у програмах протестів у США, що пройшли влітку 2020 року під гаслами Black Lives Matter (BLM), адже дані акції охопили всі 50 штатів.

На підставі аналізу даних з'ясовано, як протести вплинули на програмні документи кандидатів в президенти США 2020 року порівняно з програмами за 2016 [1; 2; 3; 4]. Так, по-перше, у документах простежується зміна поглядів на проблему ставлення до кольорового населення в США. По-друге, у 2016 році програмні документи є концептуальними, на противагу цьому в 2020 році передвиборчі програми щодо расової політики є більш деталізованими. По-третє, у 2020 році програми є ширшими за обсягом, уточнені й менш відірваними від реальності, як це спостерігається в програмних документах 2016 року. По-четверте, програма Дж. Байдена щодо расової політики виглядає більш релевантною, зокрема у ній йдеться про: підвищення економічної мобільності афроамериканців та скорочення розриву в расовому багатстві та доходах, розширення доступу до якісної освіти та боротьба з расовою нерівністю, усунення відмінностей у стані здоров'я за ознакою раси, зміцнення відданості Америки справедливості, утвердження права голосу та права на рівний захист для афроамериканців. Кожну тезу обґрунтовано планом дій.

Передвиборча програма – це рекламний текст, що сприяє просуванню кандидата на пост президента. Проблема політики щодо кольорового населення була актуальною в програмах кандидатів в президенти США 2020 року.

Список використаних джерел:

1. Lift every voice: the Biden plan for Black America. *Biden Harris*. URL: <https://joebiden.com/blackamerica/> (дата звернення: 12.01.2022).
2. Racial justice. *The Office of Hillary Rodham Clinton*. URL: <https://www.hillaryclinton.com/issues/racial-justice/> (дата звернення: 12.01.2022).
3. The Platinum Plan. *Donald J. Trump*. URL: https://cdn.donaldjtrump.com/public-files/press_assets/president-trump-platinum-plan-final-version.pdf (дата звернення: 10.01.2022).
4. Trump's New Deal for Black America. *Trump Pence*. URL: https://assets.donaldjtrump.com/Plan_For_Urban_Renewal.pdf (дата звернення: 12.01.2022).

Довженко Т. Ю.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Панасюк Л.В.
д. політ. н., доцент кафедри політології

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ТИПОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Політична реклама – це вид реклами, який націлений на те, щоб змінити політичну поведінку та орієнтацію суспільства чи його частини за умов політичного вибору. Це певний комплекс заходів та методів представлення та просування політичних об'єднань, сил, ідей та практик, які орієнтовані на зміну політичних настроїв у суспільстві та на досягнення окремих цілей, що стосуються політики. Політична психологія вважає політичну рекламу системою комунікацій, які, залежно від цілей рекламодавця, можуть змінювати свідомість і поведінку людей відповідно до політичних цілей.

Головною метою політичної реклами є цілеспрямований вплив на думку населення. Вона націлена на зміну ставлення до об'єкта реклами та відповідні зміни у політичній поведінці суспільства або його окремих груп. Політична реклама грає велику роль не тільки під час проведення виборів, а й у повсякденному політичному житті громадян.

У наш час політична реклама є унікальним явищем, адже включає ознаки найрізноманітніших дисциплін. Основну масу, яких становлять: психологія, соціологія, реклама, теорія масової комунікації, маркетинг та ряд інших гуманітарних наук. Багато в чому через це, політичну рекламу розглядають з різних точок зору. Варто зауважити, що вона не належить до комерційної, оскільки вона не спрямована на отримання прибутку від продажу товарів чи послуг. Це ріднить політичну рекламу із соціальною.

Дослідники визначають різні види типологізації політичної реклами. Наприклад, Р. Джослін запропонував типологізувати рекламу за характером риторики, яка в ній використовується. Він виділив прославляючу, критичну та

рекламу, що містить відповідь на критику з боку опонента. Дослідник А. Дейян поділяє рекламу на жорстку, яка використовується для досягнення короткострокових цілей і передбачає демонстрацію «швидких» відповідей на виклики конкурентів, і м'яку, що забезпечує довготривалі політичні проекти і схожа за своїм характером з піар-технології. Також, спираючись на думку Ф. Котлера, можна говорити про інформаційний, умовляючий, порівняльний і підкріплюючий різновид політичної реклами.

Сучасний політичний процес відбувається в умовах медіатизації. На сьогоднішній день соціальними медіа активно користуються не тільки громадяни, а й політичні актори та інститути. Як наслідок, політична реклама почала набувати нових вимірів, і вже сьогодні зрозуміло, що соціальні медіа, такі як сайти соціальних мереж, блоги, сайти користувальницьких фото- та відео-матеріалів – стають все більш значущим явищем для політичної комунікації.

Таким чином, політична реклама є важливою складовою комунікативного процесу, що має на меті здійснення адресного впливу на певні групи населення та електоральні групи, аби спонукати людей до певних дій, політичних вподобань і навіювати ідеї. Політична реклама є концентрованим комунікативним вираженням політичної платформи певних політичних сил, яке сприяє впровадженню у масову свідомість чіткого уявлення про їх характер та формуванню бажаних психологічних настановлень стосовно політичного вибору.

Список використаних джерел:

1. Булгак П. Україна напередодні виборів: що відбувається на ринку політтехнологій? 2007. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2007/05/22/3240137/>.
2. Зуйковська А. А. Соціальні мережі як середовище політичної комунікації. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2014. 1 (69), січ. - лют. С. 272–280.
3. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. Київ, 2013. 163 с.

Зайченко К. І.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Ощипок І.Ф.
доктор філософії, доцент кафедри політології

МАНІПУЛЮВАННЯ ЯК ОСНОВА ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Актуальність теми полягає в тому, що політичний процес як і будь який процес має властивість рухатись і змінювати свою траєкторію. Маніпулювання завжди було у політичному процесі і є його невід'ємною частиною. Особливу роль у процесі розвитку наукового інтересу до проблеми політичної маніпуляції зіграло поширення в сучасному житті високопродуктивних систем передачі та обробки інформації. Поява «інформаційного суспільства» призвела до кардинальних змін у технологіях політичної маніпуляції. Технології політичної маніпуляції постають як феномен, що швидко розвивається, який охопив різноманітні способи комунікації, що вимагає вивчення не тільки з погляду впливу ЗМІ на суспільство, а й у дослідженні процесів формування особистісних установок і переконань, механізму формування суспільної думки, впливу політичної культури та процесів соціалізації на поведінку людини.

За весь період формування та розвитку маніпулятивних технологій у літературі склалося безліч підходів до оцінки їх ролі. Один із основоположників PR Е. Бернейс вважав, що маніпуляція масами є необхідним і дуже ефективним інструментом для досягнення «суспільно прийнятних цілей». Саме маніпуляція дозволяє подолати інерцію суспільства, давши можливість змін, розвитку, дій [1].

Російський дослідник маніпуляцій Є. Доценко під маніпуляцією розуміє «вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого збудження в іншій людини намірів, що не збігаються з його актуальними бажаннями» [2, с. 59]. Тобто маніпулятор за допомогою використання прихованих технологій управління прагне досягти реалізації власних інтересів через здійснення необхідних дій об'єктом, який піддається маніпуляції. Звідси

впливає, що політична свідомість та поведінка індивіда або мас є маріонеткою в руках маніпулятора.

Треба зазначити, що поняття «політичні маніпуляції» та «політичні технології» іноді ототожнюють. Натомість автор вважає, що таке порівняння було б не цілком коректним, адже маніпулятори використовують приховані технології впливу, які нерідко порушують норми моралі, моральності. Маніпуляція має яскраво виражену антигуманну, нечесну, цинічну природу. Політичні технології використовують ширший арсенал прийомів, серед яких важливе місце посідають ті, що ведуть до раціональної, інтелектуальної переробки інформації. Якщо розглянути крізь призму вивчення природи маніпуляції чотири механізми психологічного впливу (переконання, навіювання, зараження та наслідування), то неманіпулятивним механізмом впливу буде лише переконання, яке передбачає ознайомлення одержувача інформації з аргументами відправника, що підкреслює відкритість переконання як прийому. У той самий час і навіювання, і зараження, і наслідування можна сміливо зарахувати до механізмів маніпулятивного характеру.

Отже, маніпулювання – це невід'ємна частина політики, незалежно від типу політичного режиму. Широта спектру прийомів маніпулятивного впливу лише підтверджує масштаб застосування. Найкращими технологіями протидії маніпуляціям є аналіз над інформацією, яку ми отримуємо за допомогою ЗМІ, та розширення свого кругозору, інтелектуального рівня.

Список використаних джерел

1. Бернейс Э. Манипуляция общественным мнением: как и почему. *ПОЛИС*. 2012. №4. С. 149-159.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо;МГУ, 1997. 344 с.

Клименок І. С.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Супруненко А. П.
к. політ. н., доцент кафедри політології

ГІБРИДНА ВІЙНА: МИНУЛЕ ТА СУЧАСНІСТЬ

Поняття «Гібридна війна» зазвичай охоплює використання різноманітних ворожих дій, не прибігаючи до повноцінного збройного вторгнення. Доволі часто використовується, як поняття-штамп для звинувачення супротивника у «брудній грі».

Аналіз енциклопедій та праць науковців у військовій сфері виявив декілька підстав для цього, а саме:

- на думку деяких науковців, майже всі війни (навіть ті що відбувалися 2500 р. тому) – підпадають під це поняття;

- поняття «гібридна війна» має емоційне забарвлення та у сьогоденні, частіше за все, використовується, як синонім «брудної війни», при цьому обов'язковим є акцент на «чесності» власних методів;

- поняття стало «поняттям-парасолькою», оскільки гібридна війна складається з багатьох інших війн (інформаційна, економічна, дипломатична, культурна, психологічна, мистецька, мовна, ідеологічна та звичайна) і важко визначити, що саме є гібридною війною.

Зміст поняття «гібридна війна» тлумачиться по-різному. Так, у дослідженні під редакцією В. Мюррея, ця війна трактується як комбінація звичайних (conventional) та іррегулярних (партизани, повстанці, терористи) заходів [8]. Ці моделі було розроблено у 2009 р. під впливом тодішніх військових операцій США (Афганістан, Ірак).

Ф. Гофман трактує гібридну війну як комбіноване використання іррегулярів, злочинного елементу та, так званого, «disruptive social behavior», таким чином зменшуючи роль «звичайної війни» або зовсім виводячи її з під

«парасольки» поняття гібридна війна [6, 7]. А те, що у роботі під редакцією Мюррея названо гібридною війною, він визначає поняттям «compound war».

Н. Попеску та О. Тамінга у своїх роботах [9, 10] розглядають поняття «гібридна війна» ширше, вони включають до нього: розповсюдження дезінформації, загрози енергетичним ресурсам, завдання економічної шкоди, операції спецслужб, кібер-атаки та використання інсургентів. Таке розуміння стало результатом наукової рефлексії подій 2013-2015 рр. в Україні.

Остання трактовка, на нашу думку, має найбільший інтерпретаційний потенціал. Але разом з цим така інтерпретація, робить майже усі війни гібридними, навіть пелопоннеську війну [3, 5]. Таким чином поняття «гібридна війна» здебільшого позбавляється інноваційного змісту та вписується до концепції війни Клаузевіца [2].

Немає одностайності щодо введення поняття «гібридна війна» у науковий обіг. Прийнято вважати, що його ввів Ф. Гофман у 2005 р. [6], але воно міститься і у більш давніх радянських джерела, як розробка США [4]. В Україні, більшість дослідників і політиків вважають, що Росія веде гібридну війну проти України, а остання захищається [1]. У Європейських джерелах, розглядають гібридну війну ширше, як історичну форму ведення війн. [9, 10]. Тобто використання поняття «гібридна війна» може переслідувати певні політичні цілі.

Список використаних джерел:

1. Бобрицький Л. В. Необхідність асиметричної протидії російській гібридній агресії. *Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці : Матеріали II міжнар. науково-практ. конф.*, м. Харків, 7 груд. 2021 р. Харків, 2021. С. 229–231.
2. Клаузевиц. О войне. Москва: Военное издательство, 1934. 692 с.
3. Меринг Ф. Очерки по истории войн и военного искусства. Москва, 1924. 388 с.

4. Советский политический язык. Национальная Энциклопедическая Служба. URL: <https://politike.ru/termin/gibridnaja-voina.html> (дата звернения: 14.01.2022).
5. Фукидид. История. Москва: Ладомир, 1999. 736 с.
6. Hoffman F. G. Conflict in the 21st century: the rise of hybrid wars. Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies, 2007. 72 p.
7. Hoffman F. G. Hybrid vs. compound war. *Armed Forces Journal*. URL: <http://armedforcesjournal.com/hybrid-vs-compound-war/> (date of access: 17.01.2022).
8. Murray W. Hybrid warfare: fighting complex opponents from the ancient world to the present. New York, NY : Cambridge University Press, 2012.
9. Popescu N. Hybrid tactics: neither new nor only Russian. European union institute for security studies. 2015. P. 1–2.
10. Tamminga O. Hybride Kriegsführung. SWP-Aktuell. 2015. No. 27. P. 1-4.

Коржова А. К.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Ощипок І.Ф.
доктор філософії, доцент кафедри політології

РОЛЬ МАС-МЕДІА У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Актуальність теми полягає в тому, що сучасне суспільство можна охарактеризувати як суспільство, що існує в рамках безперервних процесів глобалізації, розширення меж інформаційного простору та процесу диджиталізації. ЗМІ офіційно вже стали четвертою владою, їхнє втручання в політичні процеси призводить до зниження кількості закритої інформації. Мас-медіа – головний засіб комунікації держави та народу, тож вони і є головним джерелом суспільної думки. Систематичне отримання відомостей аудиторії про те, що відбувається на політичній арені, формує політичну культуру, яка визначає ставлення людей до влади, державний імідж та багато інших факторів, які є основами політичної культури.

Мета дослідження - проаналізувати теоретичний матеріал щодо ролі мас-медіа у формуванні політичної культури.

Класичний термін «політична культура» запровадили до наукового обігу Г. Алмонд та С. Верба, однак вперше цей термін зустрічається ще у роботах німецького філософа Й. Гердера. З середини ХХ століття виникла потреба глибше дослідити, які чинники та яким чином впливають на формування політичної культури. Узагальнений підхід щодо розуміння політичної культури запропонував К. Калхун, який тлумачить її наступним чином: «Політична культура – це ставлення, переконання та цінності, що лежать в основі політичної системи суспільства» [1].

Політична культура суспільства формується під впливом різних факторів. Одним із таких факторів є діяльність суб'єктів формування політичної культури, що впливають на створення необхідного поля політичної інформації. Сьогодні основними суб'єктами формування політичної культури є: держава, політичні партії, громадські та релігійні організації, освітні та наукові установи. Все більш ефективним інструментом впливу на розвиток політичних процесів

стають засоби масової інформації (ЗМІ). З наукового погляду ЗМІ визначаються дослідниками як комплекс технічних засобів та організаційно взаємопов'язаних людей та установ, призначених для систематичного розповсюдження інформації, що відіграє роль в управлінні суспільством, сприяє утвердженню певних ідей, норм і цінностей та впливає на вибір особистістю форм її соціальної ідентифікації.

В. Оссовський виокремив дві стратегії, згідно з якими ЗМІ впливають на формування громадської думки – маніпуляційну та гуманістичну. Суть маніпуляційної стратегії полягає в «бомбардуванні реципієнтів цілеспрямованою клішованою інформацією, наданні конкретних аксіологічних настанов» [2, 137 с].

Особливість ЗМІ полягає в тому, що вони можуть оперативно і безпосередньо, оминаючи державу, звертатися до громадськості, політичних партій та організацій, церкви, школи, сім'ї тощо. Незалежно від виду, який визначається характером та способом подання інформації, засоби масової інформації є інститутом політичної системи, який, крім реалізації соціально-політичної функції, спрямованої на формування політичної культури громадян, реалізує ряд функцій загального характеру: установчі, регулятивні, охоронні та нормативно-ціннісні.

Отже, враховуючи масштабність ролі ЗМІ в сучасному світі, здатність відігравати роль четвертої гілки влади, в сучасних умовах їх варто розглядати як феномен, що визначально впливає на об'єктивні та суб'єктивні відносини, що реалізуються в інтересах держави й суспільства. При цьому ЗМІ є невіддільною складовою формування та розвитку політичної культури. І саме цей аспект має стати предметом роздумів та наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Calhoun C. Political culture. Dictionary of the Social Sciences. Oxford: Oxford University Press, 2002. URL: <http://www.highbeam.com/doc/1O104-politicalculture.html> (дата звернення: 10.01.2022).
2. Оссовський В. Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації. Київ: Інститут соціології НАНУ, 1999. 137 с.

Кушнір А. А.
студент 4 курсу ІФФ
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Костюк Т.О.
д. н. держ. упр., професор кафедри політології

АБСЕНТЕЇЗМ В УКРАЇНІ ЯК ФОРМА ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ ГРОМАДЯН

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що за 30 років незалежності України доводиться констатувати обмаль підстав для того, щоб називати народонаселення нашої держави «громадянським суспільством» через їх пасивну участь у політичних процесах та певну індіферентність до політичного життя загалом. Причин тому багато, хоча й переломних моментів для зміни ситуації на краще теж було достатньо. Проте відносно позиції українців щодо політичної участі дедалі активніше говорять про абсентеїзм, ніж про їх активну та чітко артикульовану позицію.

Вперше інтерес до явища абсентеїзму був проявлений дослідниками Ч. Меріамом та Р. Госселом. В Україні це явище досліджували Р. М. Коваль та Ю. Р. Шведа [1, 2].

За визначенням дослідника Р. Ковалю термін «абсентеїзм» походить від латинського «absent», «absentis» та означає «відсутній». Саме ж поняття трактується як ухилення виборців від участі у голосуванні на виборах до представницьких органів державної влади, президента та референдумах [1].

Для багатьох громадян вибори стають єдиною можливою формою їх активної участі у політичному житті і вони сприяють виробленню у виборців відчуття, що кожен конкретний виборець причетний до прийняття рішень відносно того, хто буде представляти його інтереси у парламенті [2, с. 25].

Проте, через абсентеїзм така політична участь стає неповноцінною і це відкриває нові можливості для маніпуляцій. Наприклад маніпулювання

списками громадян, що голосували та приписування неіснуючих голосів виборців іншим кандидатам, або фальсифікація.

Індиферентність населення до політики вказує на те, що воно не довіряє інституту демократичної влади і ставить під сумнів легітимність діючої влади. Серед інших причин байдужості громадян України до виборів чільне місце належить переконанню, що жоден кандидат не зможе сприяти соціально-економічному покращенню в державі.

В результаті такого байдужого ставлення, голоси людей, що не беруть участь у виборах, можуть без їх відома бути використаними за «потрібного кандидата», а, отже, абсентеїзм теж стає своєрідною формою політичної участі.

Таким чином, абсентеїзм - це байдужість до участі в політиці, що виникає, з-поміж іншого, через недовіру до діючої влади. Для подолання ситуації, що склалася в Україні, та для залучення громадян до активної участі у політичних процесах, на нашу думку, перш за все слід утвердити позитивний імідж інституту виборів та переконати, що свідоме голосування на виборах стане запорукою адресного використання вашого голосу та не залишить шансів для фальсифікацій та інших маніпуляцій.

Список використаних джерел:

1. Коваль Р. М. Абсентеїзм в Україні: особливості та динаміка. URL: https://eprints.oa.edu.ua/856/1/4_10_4.pdf (дата звернення 19.01.2022)
2. Шведа Ю. Р. Вибори та виборчі системи. Європейські стандарти та досвід для утвердження демократії в Україні. Львів, 2010. 462 с.

Лаврук В. В.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Пояркова Т.К.
д. політ. н, професор кафедри політології

ІНТЕГРАЦІЯ В ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ ВНУТРІШНІХ МІГРАНТІВ

Проблема «інтеграції в політичне життя внутрішніх мігрантів» відноситься до найактуальніших тем сьогодення. Це засвідчує й науковий інтерес, а саме праці Ю. Каплана «Оцінка стану забезпечення політичних прав ВПО (внутрішньо переміщені особи) : основні проблеми і перспективи їх розв'язання», «Особливості інтеграції та адаптації внутрішньо переміщених осіб у нових територіальних громадах: питання реалізації політичних прав і свобод», Е. Зейтуллаєвої «Державна політика інтеграції внутрішньо переміщених осіб» та інших [4, 5, 7].

Як правило, мігрантів розподіляють на 3 групи. По-перше, це – іноземці, а саме: громадяни інших країн, або особи без громадянства, які приїхали в Україну і вирішили залишитись на довго, або на постійно. По-друге, внутрішні мігранти (мобільні всередині країни громадяни) – як правило, це люди які заради роботи переїхали в інше місце, але не змінили місце реєстрації проживання. По-третє, ВПО – це люди, які залишили свої домівки, рятуючись від небезпеки, але не перетнули міжнародний кордон, а залишились на території рідної країни.

Важливо, що до групи іноземців в Україні відносять тих, хто не має права голосувати. Наприклад, деякі країни дозволяють іноземцям голосувати на місцевих виборах (наприклад, країни Співдружності, країни-члени ЄС, Швейцарія).

До специфіки інтеграції внутрішніх мігрантів в Україні потрібно віднести те, що, по-перше, внутрішні мігранти (мобільні всередині країни громадяни) та ВПО – раніше (до 2020 року) могли голосувати лише на всеукраїнських

виборах (президентський і парламентських), а у 2020р. їм дозволили голосувати і на місцевих виборах.

Сьогодні відсутні відомості щодо того, яка кількість і частка внутрішніх мігрантів (мобільні всередині країни громадяни) та ВПО скористались можливістю проголосувати: загального реєстру людей які живуть не за місцем постійної реєстрації (ВПО, внутрішні мігранти та ін.) немає.

Власний аналіз кількості громадян, які проживають за «місцем реєстрації» надає підстави зробити висновок, що окремі ВПО використовують можливість прийняти участь у голосуванні. Проте, кількість таких громадян обумовлює пошук активізації їх участі у виборчому процесі.

Список використаних джерел:

1. Марченко В.Ю. Право голосу іноземців в Україні та за кордоном. *«Молодий вчений»*. 04.2017. № 4(44). С. 314-318. URL:<http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/4/74.pdf>
2. Никорович Б.Д. Окремі аспекти закріплення за іноземцями та особами без громадянства виборчих прав у вітчизняному законодавстві. *Підприємство, господарство і право*. 12.2017. С. 197-200. URL:<http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2017/12/43.pdf>
3. Вінен Й. Виборчі права на місцевому рівні як елемент успішної довгострокової інтеграції мігрантів та внутрішньо переміщених осіб (ВПО) у муніципалітетах та регіонах Європи. *The Congress of Local and Regional Authorities: звіт CG35(2018)17fina*, 35 сесія, 07.11.2018. С. 1-22. URL:<https://rm.coe.int/1680925de0>
4. Каплан Ю.Б. Оцінка стану забезпечення політичних прав ВПО: основні проблеми і перспективи їх розв'язання. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 12.2018. С. 1-12. URL:http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/1_A_P_IDP_elections231118-2-18742.pdf
5. Каплан Ю.Б. Особливості інтеграції та адаптації внутрішньо переміщених осіб у нових територіальних громадах: питання реалізації політичних прав і свобод. 17.03.2018. URL:<https://www.slideshare.net/DonbassFullAccess/ss-91018562>
6. Лебідь В.П. Без права голосу. «Україна порушила права переселенців, не дозволивши голосувати на місцевих виборах 2015 р.», – рішення ЄСПЛ. *Українська Гельсінська спілка з прав людини*. 28.10.2021. URL:<https://helsinki.org.ua/articles/bez-prava-holosu-ukraina-porushyla-prava-pereselentsiv-ne-dozvolyvshy-holosuvaty-na-mistsevykh-vyborakh-2015-r-rishennia-yespl/>

7. Зейтуллаєва Е. Державна політика інтеграції внутрішньо переміщених осіб. 2018. URL:[http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_01\(36\)/12.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2018/2018_01(36)/12.pdf)

Махоніна А. О.
студентка 4 курсу ІФФ
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Костюк Т. О.
д. н. держ. упр., професор кафедри політології

ДЕМОКРАТІЯ ТА ВРЕГУЛЮВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ

З цілого ряду найдієвіших інструментів, доступних політичним акторам із запобігання конфліктів, є утвердження та підтримка демократії. Демократичний розвиток підтримується і заохочується по всьому світу з огляду на принципи верховенства права, рівності всіх перед законом незалежно від соціального статусу та посад. Створені і процедури участі народу у прийнятті політичних рішень, а політичні опоненти можуть не боятись переслідувань за вільне висловлення думок. Крім того, існування дієвої опозиції створює засади політичного діалогу, який здатен запобігти загостренню ситуації з будь-якого диспутивного питання або ж нагально вирішити конфліктну ситуацію.

Спираючись на праці провідних західних спеціалістів із управління конфліктами та їх вирішення демократичним шляхом, констатуємо, що демократія як досконала система політичного управління, прийняття державно управлінських рішень, парадигма розвитку політичних інститутів і процесів створює умови для вирішення політичних конфліктів на національному та наднаціональному рівні, основним інструментом яких є так звана «м'яка сила», тобто дипломатія. Велика кількість політичних конфліктів і в межах окремих держав, і на міждержавному рівні за період після Другої світової війни були розв'язані саме за допомогою переговорів та досягненню консенсусу між опонентами.

Завданням управлінців та політиків у вирішенні нерозв'язних політичних конфліктів є власне переконання і донесення загалу, що процес політичної стабілізації, врегулювання конфліктів апіорі є проявом демократизації, за яку бореться вся свідомо політична спільнота.

Запорукою ефективного вирішення конфліктів на думку автора є:

- свідоме громадянське суспільство та конструктивний діалог з владою;
- постійна увага влади до проблем національних меншин та мирного етнічного співіснування в межах держави;
- контроль за прикордонними територіями для запобігання встановленню впливу сусідніх держав на мешканців цих територій та появи умов для сепаратистських настроїв;
- жорстка позиція та покарання за прояви сепаратизму, антинаціональні заклики та загрози національній цілісності;
- гарантування проведення демократичних виборів всіх рівнів;
- політичний плюралізм та багатопартійна система влади;
- забезпечення широкої народної участі в утвердженні важливих політичних рішень.

Врегулювання гострих ситуацій демократичним шляхом згодом зведе її нанівець, або ж вона переросте у структурований конфлікт, який матиме пояснення і певні правила та стадії розв'язання. В такий спосіб з'являється гарантія появи та існування меншої кількості спонтанних або неструктурованих політичних конфліктів, часто у формі насильницького протистояння та відсутності взаємодії, що призводить до затяжного політичного протистояння у багатьох суспільствах, особливо розділених за політичними, історичними, релігійним, етнічними та іншими ознаками.

Список використаних джерел:

1. Fen Hampson. (1996). *Nuturing Peace: Why Peace Settlements Succeed for Fail*. Washington, D.C.: United States Institute of Peace Press, pp. 8-11
2. Sisk, Timothy D. (2003). *Democracy and Conflict Management. Beyond Intractability*. (Eds. Guy Burgess and Heidi Burgess) Conflict Information Consortium, University of Colorado, Boulder.

Махортова Т. А.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Бульбенюк С. С.
к .політ. н., доцент кафедри політології

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНИХ ВПЛИВІВ

У зв'язку з поширенням інтернет-технологій, формалізацією традиційних каналів політичної комунікації, зокрема ЗМІ, соціальні мережі стають популярним і зручним засобом комунікації. Активно проникаючи до політичної сфери, нові інформаційно-комунікаційні технології можуть якісно змінити «старі» уявлення, настанови, стереотипи і моделі взаємовідносин між політичними інститутами та індивідами.

Сьогодні соціальні мережі набагато більше, ніж традиційні ЗМІ, визначають соціальний і політичний порядок денний, створюють новинні приводи, безконтрольно втручаються в повсякденне життя, роблячи його максимально транспарентним. В соціальних мережах, на відміну від невіртуальних медіа, відзначається відносна свобода слова, свобода у висловленні своєї точки зору практично з будь-якого питання. При цьому ні влада, ні суспільство не виробило дієвих механізмів контролю за таким втручанням [1, с.129].

Політика неминуче приходить туди, де є будь-яка масова аудиторія. У сучасних реаліях неможливо перемогти в боротьбі за владу, не маючи доступу до традиційних (електронних і друкованих) ЗМІ. Однак досвід останніх виборчих кампаній показує, що є новий спосіб впливати на електорат через мережу Інтернет. Цей спосіб має низку переваг, головними серед яких є легкість і практична миттєвість подачі будь-якої інформації, відсутність просторово-часових меж взаємодії, можливість формувати навколо певної теми групу однодумців і швидкий зв'язок для моніторингу ситуації [2, с.122].

Присутність політичних акторів у соціальних мережах – це унікальна можливість поєднувати просування політика і партії та основну рису іміджу будь-якого політичного суб'єкта.

Соціальні мережі дедалі більше стають інформаційним відбитком громадянської активності, оскільки саме цей канал комунікації використовується для поширення ідей, об'єднання однодумців у спільноти (як віртуальні, так і реальні), організації заходів, координації зусиль. Практично всі суспільно значущі процеси, події, явища залишають певний інформаційний відбиток у соціальних мережах [3].

Медійна сфера нині має потужніший вплив на політичну свідомість громадян через соціальні мережі порівняно із телебаченням чи радіо, проте це не означає, що телебачення стало безпечнішим. Практично всі медіа-ресурси застосовують маніпулятивні технології у подачі інформації, що суттєвим чином впливає, коригує, а в окремих випадках повністю змінює політичні орієнтації чи цінності громадян [4].

Висновки: Інтернет як засіб політичної комунікації ще не до кінця освоєний, але має великий потенціал.

Беручи до уваги той факт, що число інтернет-користувачів постійно збільшується, буде доцільним подальше дослідження в цій царині, а саме в напрямі проведення ефективного використання соціальних мереж для досягнення політичних цілей та застосування інтернет-можливостей як інструменту маніпуляційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Казаринова Д.Б. Новые медиа как политические проекты и элементы мягкой силы в современном политическом процессе. Материалы круглого стола «Новые медиа в современной политике». *Вестник РУДН. Серия Политология*. 2014. №1. С.128–131.
2. Артюхина Е.В. Интернет как средство политической коммуникации. *Вести Волгоград. государ. университета*. Серия 7. Философия. 2018. № 2 (8). С.121–124.

3. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив. URL: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrumentrealizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460 (дата звернення: 19.01.2022)

4. Була С. П. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. 2020. URL: http://politicus.od.ua/4_2020/5.pdf (дата звернення: 19.01.2022)

Миц І. І.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Лавриненко Г. А.
к. політ. н., доцент кафедри політології

ІНТЕРНЕТ МЕМИ ЯК РІЗНОВИД СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ МАНІПУЛЯЦІЙ

Актуальність теми проявляється в тому, що з розвитком інформаційних технологій з'являються нові маніпулятивні технології, наприклад такі, які мають відношення до інтернету. Для політиків залишається якнайшвидше їх опанувати, щоб мати змогу завоювати прихильність великої кількості виборців – активних користувачів «всесвітньої павутини», насамперед молоді, адже існує таке твердження, що сучасна молодь політично нейтральна, що дає підґрунтя для маніпулювання і стає легше переконати їх проголосувати за певного кандидата.

За визначенням доктора психологічних наук, професора Є. Доценка, маніпуляція є видом психологічного впливу, що використовується для досягнення одностороннього виграшу за допомогою прихованого спонукання іншого до здійснення певних дій [1, с. 86].

Дослідник В. Строганов вважає, що політичні маніпуляції в інтернеті є ризоморфними, так як сформувалися у політичній віртуальності спонтанно та автономно, без втручання конкретних зацікавлених осіб, яких у теоріях векторного політичного маніпулювання прийнято називати «суб'єктами маніпуляції» [2, с. 34].

Проте, не варто відкидати той факт, що деякі політики, чи політичні сили можуть використати такі ризоморфні політичні маніпуляції задля досягнення власної вигоди. Інтернет-мем є різновидом таких маніпуляцій і все частіше використовується на виборах. Його перевагами є всеосяжність – якщо мем стане вірусним, то про нього дізнається велика кількість людей, можливих

потенційних виборців; вони є зрозумілими для кожного, в тому числі для людей, що не цікавляться політикою; також те, що за допомогою мему можна легко запам'ятати політика, навіть якщо він є новачком. Як приклад українського інтернет-мему можна привести мера Києва – Віталія Кличка. Відео-ролики з ним стають вірусними, адже в них він може переплутати порядок слів, сказати щось зовсім не те. Нещодавно він випустив книгу із найвідомішими своїми висловами і фразами, які стали крилатими. Окрім піднесеного настрою це забезпечує всеукраїнську пізнаванність і унікальність серед інших кандидатів.

Отже, політичні Інтернет-маніпуляції виникли у відповідь зі швидкими змінами в науково-технічному прогресі. Сьогодні, кожна невинна річ, навіть картинка в Інтернеті, здатна маніпулювати свідомістю. Головне навчитися робити це правильно, щоб потім від цього не було негативних наслідків.

Список використаних джерел:

1. Доценко Є. Л. Психологія маніпуляцій: феномени, механізми та захист. М: Вид-во МДУ, 2000. 118 с.
2. Строганов В. Б. Технологии политической манипуляции в интернете : дис. канд. політ. Наук. Екатеринбург, 2019. 209 с.

Мусієнко А. О.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Супруненко А. П.
к. політ. н., доцент кафедри політології

ДОВІРА ДО УКРАЇНСЬКИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Актуальність теми обумовлена тим, що останнім часом глобальне споживання новинного контенту зростає, збільшується вплив мас-медіа на поточне політичне поле загалом та виборчі процеси зокрема. Але при цьому рівень довіри до ЗМІ зменшується. Зумовлено це збільшенням обсягу неправдивої (фейкової) інформації.

Якість інформації та поділ сенсацій та фактів залишаються викликом для ЗМІ, вважають учасники дослідження консалтингової компанії Edelman. Все це пов'язано з наданням фейкової, але необхідної для ЗМІ інформації, повним або частковим недотриманням стандартів ЗМІ, зокрема «таблоїдизацією», тобто набуття інформацією рис притаманних «бульварній пресі», насиченість скандальними новинами, псевдосенсаціями. Догодження смакам низькопробної публіки сприяє ефективному впливу на колективну думку і стає методом маніпуляції суспільства.

Сьогодні українські ЗМІ втрачають свій головний соціальний капітал – довіру. Причин кілька: загальний песимістичний настрій суспільства, недовіра до політики в цілому, надто великий обсяг інформації, пропаганда з відсутністю доказів. Довіра до українських ЗМІ змінюється. На рівень довіри впливають наступні чинники:

- стать (жінки частіше повністю довіряють українському телебаченню, а чоловіки частіше не довіряють);
- вік (чим старша людина, тим більше вона довіряє українському телебаченню);
- регіон проживання

Головні виклики для медіа зараз: відкритість у соцмережах, об'єктивність, якість інформації, розподіл важливого від сенсаційного, а також думок від фактів. При досягненні цих цілей потенційний рівень довіри до ЗМІ може піднятися.

У зв'язку з цим виникає питання навчання громадян критичному аналізу інформації, задля чого доцільно включити курс медіаграмотності у школах і ЗВО. Також на рівні законодавства було б доцільно посилити відповідальність за поширення недостовірної інформації.

Автором було проведено соціологічне опитування щодо довіри до ЗМІ. Воно дає підстави зробити такі висновки: майже 10% респондентів не довіряють джерелам інформації в Україні. З усіх опитаних 20% не шукають посилання на першоджерело і рівно 50% віддають перевагу європейським джерелам інформації, а українським лише 20%. Тільки 27% завжди перевіряють сумнівну інформацію, перш ніж поділитись нею.

Отже, втрату довіри до українських ЗМІ є на нашу думку провідною тенденцією. Екстраполюючи цю тенденцію можна припустити, що вона і надалі буде посилюватись.

Список використаних джерел:

1. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и социальное действие. *Массовая коммуникация в мире*. М: Аспект-пресс, 2000. С. 144-145.
2. Кора-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2004. 528 с.
3. Калініченко Б. М. Політичні аспекти пізнання соціальної реальності в епоху інформаційної експансії. *Суспільно-політичні процеси*. 2020. №1(15). С. 60-98.

Найденко О. О.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Лавриненко Г.А.
к. політ. н., доцент кафедри політології

ГЕНЕЗА НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА ПОЛІТИЧНЕ ЛІДЕРСТВО

Тема політичного лідерства займала одну з ключових позицій у наукових дослідженнях мислителів ще з давніх часів. З кожною епохою наукові погляди на дане питання дещо видозмінювались, зміщувались пріоритети та акценти, проте й сучасні вчені приділяють значну увагу розробці феномена політичного лідерства, особливостям його формування та функціональним проявам. Ці обставини актуалізують мету – відслідкувати генезу розвитку наукових поглядів на зміст поняття політичного лідерства, його місця і ролі в сучасному житті суспільства.

З англійської мови слово ‘leader’ переводиться як ‘ведучий’, а отже передбачає існування ‘ведених’ [2, с. 245]. Політичне лідерство – універсальний соціокультурний феномен, що розвивався історично. Також, воно виступає однією з основних проблем політології, яка напряду пов’язана з характером, методами політичної влади і способами її легітиматизації.

Мислителі усіх історичних епох надавали дослідженню феномену політичного лідерства великої уваги, але кожний вкладав у це поняття різні значення.

Н. Макіавеллі за ідеал політичного лідера вбачав володаря, котрий заради збереження суспільного порядку і своєї владної позиції здатний застосувати будь-яких засобів, навіть аморальних. Його практичні поради для потенційного лідера закликали до застосування хитрості, розуму і сили. Т. Карлейль і Р. Емерсон прийшли до висновку, що видатні особистості обов’язково вирізняються з натовпу, мають хист до творчості і нетривіальні погляди на життя. Ф. Ніцше вважав, що ідеальний лідер, а саме ‘надлюдина’ має бути створений штучно.

У Новий час думки про роль особистостей, що змінили хід історії були висловлені Г. Гегелем. На його думку видатні лідери вміють чітко визначити потреби людей свого часу (історичної епохи) і задати напрямок подальшого розвитку. Історичні особистості – це люди, в яких втілені цілі діалектичних переходів, які повинні мати місце в їх час [1, с. 83].

У сучасному світі соціальна значимість політичного лідера, його образ і функції насамперед залежать від політичного устрою конкретної держави. Принципи лідерства і народовладдя одночасно знаходять компроміс у формі представницької демократії. За таких умов, політичні керівники залишаються в рамках, окреслених законом і у прямій залежності від громадян.

Основна робота політика перетворилась на спілкування з громадянами, визначення їх потреб, формулювання конкретних тез і подальше лобювання прийняття необхідних рішень.

В Україні сучасний демократичний інститут політичного лідерства формується на залишках зруйнованої тоталітарної системи. Наразі українці потребують вольового, стійкого та впевненого лідера, що здатен взяти на себе відповідальність прийняття доленосних рішень та загалом консолідувати країну.

Список використаних джерел:

1. Гегель Г. Лекции по философии истории. СПб., 1993. С. 83–84.
2. Політологічний енциклопедичний словник. К., 1997. С. 243–276.

Овдієнко Д. І.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Костюк Т.О.
д. н. держ. упр., професор кафедри політології

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ В ПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ

Дезінформація – це поширення неправдивої інформації, спотворення фактів із метою впливу на думки та поведінку індивідів чи суспільства, досягнення віри соціальними групами у іншу картину світу, відмінну від реальної.

У нашій інформаційній екосистемі є безліч неякісної, неправдивої інформації, яка погіршує здатність конструктивно спілкуватися одне з одним, дестабілізує та поляризує суспільство. Тож вибори та весь виборчий процес стають особливим моментом для проведення дезінформаційних кампаній. Адже вибори є одним з ключових механізмів демократичної держави, що забезпечує конкурентність та оновлюваність політичних еліт, можливість мирно й легітимно змінити пануючу владу, право громадянина обирати та бути обраним. Оперативна робоча група зі стратегічних комунікацій ЄС вже включила дезінформацію у перелік методів втручання у вибори.

Багатомовне видання Ради Європи, проілюструвало на прикладі президентських виборів у Франції 2017 р., використання незвичних схеми облікових записів чорного ринку багаторазових ботів, які використовувалися для політичної дезінформації [1]. На 17 млн базі зібраних постів, виявили, що користувачі, які «зливали інформацію» на Е. Макрона, були не французькими користувачами з різноманітними політичними поглядами, а здебільшого іноземцями, що мали інтерес до ультраправих тем та альтернативних ЗМІ.

Під час президентських виборів у США 2008 р. та 2012 р. агітаційні групи Б. Обама мали у своєму розпорядженні безліч баз даних практично

про всіх виборців. Загальновизнано, що фейкові новини могли посприяти перемозі Д. Трампа і на президентських виборах у США 2016 р. На соціальні медіа припадало 13,8% джерел новин про виборчий процес 2016 р. у США. Фейкові новини поширювалися задля сприяння перемоги Д. Трампа, що, власне, і відбулось [1].

Щодо британського референдуму 2016 р. про членство у ЄС, спільне дослідження Каліфорнійського університету та Свонсі нарахувало 156252 російських облікових записів із твітами про Брекзїт. За останні 48 год. кампанії було опублікували понад 45000 повідомлень про Брекзїт.

Враховуючи вищенаведену інформацію, можна зробити висновок, що розповсюдження дезінформації може значно вплинути на політичну долю країни, загострити протиріччя та поляризацію у суспільстві, дезорганізувати політичні сили, створити передумови до соціальних заворушень. Оскільки в нашій державі випадки поширення неправдивої інформації непоодинокі, то Указом Президента України у 2021 р. при РНБО було створено Центр протидії дезінформації (ЦПД) [2]. ЦПД забезпечує протидію наявним і прогнозованим загрозам нацбезпеці та національним інтересам в інформаційній сфері, виявляє та бореться з дезінформацією, пропагандою, деструктивним інформаційним впливом та запобігає спробам маніпулювання громадською думкою [3].

У нашій країні, де протягом всього періоду незалежності активно застосовуються технології фейкових новин та свідомої дезінформації, відчувається серйозна потреба проведення інформаційної грамотності з роз'ясненням базових речей, до прикладу, щодо власної фінансової або статусної зацікавленості поширювачів інформації або що анонімність джерела інформації повинно насторожувати читача, а призначення журналістів – це передусім робота в інтересах аудиторії, надання їй якомога повнішої та неупередженої інформації, а не просування певної проплаченої позиції. Прикладом може слугувати функціонування прогресивних медіа-ресурсів [4; 5] та кампанія від розробників програми «Дія», які у 2020 році запустили

проект про медіаграмотність. Кожний охочий може пройти тест, та дізнатися про свої «слабкі» місця у сфері інтернет-серфінгу.

Список використаних джерел:

1. Дезінформація та виборчі кампанії. Генеральний директорат із питань демократії. Демократичне врядування. Управління з виборчого сприяння. URL : <https://rm.coe.int/disinformation-and-electoral-campaigns-ukrainian-version-/16809fa920>
2. Указ Президента України №187/2021 «Питання Центру протидії дезінформації». URL : <https://www.president.gov.ua/documents/1872021-38841>
3. Рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11 березня 2021 року «Про створення Центру протидії дезінформації». URL : <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Ukazy/4851.html>
4. Дезінформація в соціальних мережах. Електронний ресурс. URL : <https://www.oporaua.org/news/vybory/disinformation/23286-znaiete-shcho-e-6-dezinformatsiia-v-sotsialnikh-merezhakh>
5. Державна політика протидії дезінформації. Якою вона мала б бути. Електронний ресурс. *Інститут масової інформації*. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/derzhavna-polityka-protydiyi-dezinformatsiyi-yakoyu-b-vona-mala-buty-i38081>

Пономарьова І. В.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Бульбенюк С. С.
к. політ. наук, доцент кафедри політології

ВИКОРИСТОВУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ УКРАЇНИ

Соціальні мережі - це простір для спілкування, обміну думок, новин та формування груп інтересів серед людей. Одними з популярніших соціальних мереж є Facebook та Instagram. Саме в цих соціальних мережах на даний момент налічується близько 16 млн. користувачів, які діляться своїм життям та спостерігають за життям інших людей: родичів, друзів, блогерів, інфлюенсерів, зірок та політиків [1].

Соціальні мережі це новий простір для просування кандидата, його популяризації, інструмент для завоювання електорату. Перші вибори в Україні, в яких були використані соціальні мережі відбулися в 2019 році, це дало поштовх для нових політичних технологій та відкрило новий майданчик для маніпулювання масами. Відкритий діалог між виборцями та кандидатом, дав змогу кандидату дослухатися та вирішувати та питання, які турбують населення тут і зараз, у свою чергу електорат відчував нерозривний зв'язок між ними. У режимі онлайн кандидат відповідав на питання громадян, створюючи собі позитивний рейтинг довіри. Потрібно відзначити, що саме соціальні мережі дозволили долучили до політичного життя виборців більш молодого віку.

Реклама передвиборчої кампанії в соціальних мережах є дуже зручною з декількох причин:

- екологічне використання ресурсів;
- охоплення потрібної аудиторії за показниками: вік, стать, регіон проживання, кількість громадян, яким буде показана реклама;

- можливість використовувати аудиторію зірок, інфлюенсерів та блогерів, як потенційний електорат (саме реклама виборів, або розкриття політичної позиції (сіре агітування));

Варто зауважити, що соціальні мережі є не тільки простором для реклами, а й місцем, де політик може отримувати бажання свого електорату та давати відповіді, які турбують громадян та використовувати тактику «народного» або «близького» кандидата до народу та, таким чином, ліквідувати своїх опонентів. Прикладом цього варто навести дебати В. Зеленського та П. Порошенка, саме тут В. Зеленський отримав запитання в соціальній мережі, які турбували громадян та поставив ці питання своєму головному конкуренту П. Порошенку [2].

Як бачимо, потенціал використання соціальних мереж тільки зростає з роками, тому і дослідження цієї проблематики уявляється доволі актуальним та перспективним.

Список використаних джерел:

1. За полгода украинский Facebook вырос до 16 млн, а Instagram – до 14 млн: исследование. *AIN.UA*. URL: <https://ain.ua/ru/2021/01/25/ukrainskij-facebook-instagram-2021/> (дата звернення: 17.01.2022).
2. Зе!Президент. Головні дебати країни: Зеленський - Порошенко, 2019. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3ZF6mmnJPoQ> (дата звернення: 17.01.2022).

Сагайдак П. П.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Пояркова Т.К.
д. політ. н, професор кафедри політології

АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КРИЗ В УКРАЇНІ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ПРЕДИКТОРИ

Політичні кризи є фазою розвитку, яка характеризується різким зміною звичного устрою життя системи, порушенням рівноваги, що веде або її переходу в новий стан, або руйнації системи. Те, що політичні кризи можуть набувати різних форм (відставка уряду, розпуск парламенту, запровадження надзвичайного стану, зміна конституції тощо) та мати різноманіття проявів (від латентних до гострих) актуалізує необхідність виокремлення ознак їх наближення.

Все це зумовлює необхідність наукової верифікації «кризових предикторів». Взагалі, «предиктори» – це прогностичні параметри або засоби прогнозування, які мають незалежні ознаки, змінні величини або певні показники, що можуть свідчити про наближення певної кризи.

До кризових предикторів відносять: 1) застосування насильства; 2) нетривале існування уряду (інститутів влади); 3) легітимність конституційного режиму; 4) велика кількість у структурних інституційних змін; 5) нерегулярність потоку політичних взаємодій з суспільством; 6) сукупність макропоказників, що свідчать про нестабільний розвиток суспільства [1]. Існує й практика, коли у якості предикторів політичної кризи розглядається «кризовий синдром модернізації», що вбирає в себе сукупність криз ідентичності, легітимності, політичної участі, проникнення і розподілу [2, 3].

Д. Дена до кризових предикторів відносить: 1) дрібні сутички, які не представляють серйозної загрози; 2) зіткнення, що пов'язанні з розширенням кола причин, які викликають конфлікт; 3) зменшення бажання співпрацювати один з одним; 4) постійні і неминучі зіткнення, в результаті чого створюється

так звана тупикова ситуація, коли опоненти переривають відносини [2].

Оскільки аналіз політичної кризи в Україні відіграє важливу роль у політичному житті країни та розвитку української державності, важливо зібрати дані за різними статистичними критеріями та джерелами інформації, при дослідженні самого феномену політичних криз, потрібно визначити їх класифікації, оскільки різноманітність кризових явищ зумовлює плюралізм підходів до їхньої класифікації. Важливо обрати, які саме індикатори будуть описувати кризову ситуацію та знайти основні предиктори.

Для визначення класифікацій політичних криз в Україні треба зазначити критерії політичної кризи, наприклад: за масштабами, за тривалістю, ознаками, причинами. Також, потрібно визначити, які саме дані будуть підпадати під критерії політичної кризи, а також зробити опис за цими критеріями.

Дослідження феномену кризи у сучасній політичній науці потребує синтезу існуючих методологічних підходів. Сьогодні найбільшого поширення набули два методологічні підходи до аналізу кризових явищ. Системний підхід визначає кризу як деструктивний по відношенню до системи процес, який підлягає нівелюванню. Синергетичний підхід, навпаки, підкреслює цінність кризи та її позитивний вплив на розвиток політичної системи. Методологічний синтез зазначених підходів є необхідною умовою всебічного дослідження проблематики політичних криз. Для цього необхідно розширити та деталізувати перелік змінних та їх можливих значень, джерел цих даних, методології обчислення того чи іншого показника. Також до цього скласти перелік відомих криз в Україні, з деталізацією: рік; назва; характеристика; тип кризи; масштаб; тривалість.

Список використаних джерел:

1. Чекменёва Т.Г. Политические кризисы: понятие и типология, 2016.
URL :<http://vadim-galkin.ru/politics/policy/politicheskie-krizisy-ponyatie-i-tipologiy/>
2. Дэна Д. Преодоление разногласий: как улучшить взаимоотношения на работе и дома : [пер. с англ. Даниэль Дэна ; перевод М. И. Смольникова].

СПб.: Ленато,; Институт личности,; Палантир, 1994. 138 с.

3. Рапопорт А. Могут ли исследования мира быть прикладными? [Перевод на русский язык: П. Цыганков]. Теория международных отношений: Хрестоматия. М., 2002. С. 203-213.

4. Пояркова Т.К. Кризовий синдром модернізації незалежної України: причини виникнення та засоби подолання: [Монографія]. Суми : Університетська книга, 2015. 351 с.

Славінський С. С.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Панасюк Л.В.
д. політ. н., доцент кафедри політології

ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ПРОТИДІЇ КОРУПЦІЇ : УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Сьогодні, коли Україна перебуває на роздоріжжі, умови політики у світі розривають звичний для українських політиків спосіб ведення «політичного бізнесу» на шматки, намагаючись запровадити нову практику у вигляді прогресивних реформ.

Однією з найпоширеніших проблем минулого та майбутнього України є корупція. ЗМІ регулярно публікують інформацію про те, що наступний політик потрапляв у корупційні дії, які могли призвести, і навіть гірше, коли вони призвели до шкоди суспільству.

Методи боротьби з корупцією можна поділити на превентивні (зادля запобігання корупції) та каральні (їх застосовують вже після вчинення).

На підставі існуючих методів боротьби з корупцією: превентивних та каральних вважаю за потрібним впровадити наступне:

1. Посилення кримінальної відповідальності за здійснення корупції(змiна законодавчої бази)
2. Закінчення реформування САП (спеціальна антикорупційна прокуратура)
3. Вдосконалення взаємодії силових структур (СБУ , ДБР, САП)
4. Зменшення людського фактору в рішенні будь-якого питання пов'язаного з державними органами – бюрократія та подальше впровадження діджиталізації.
5. Підвищення свідомості громадянина України в згубності корупції з «шкільної парти»

Корупцію, як і злочин, не можна повністю викоринити. Жодна країна світу не здатна на це. Відповідно, справжню мету слід ставити і в українських

реаліях - не подолання, а значне зниження рівня корупції та корупційної злочинності в Україні.

Список використаних джерел:

1. Гевчук А. Наявні методи боротьби з корупцією. Національне агентство з питань запобігання корупції. URL: https://uz.ligazakon.ua/magazine_article/EA015034 (дата звернення: 12.01.2022).
2. Досвід інших європейських країн у подоланні корупції. Успішна Україна. URL: <http://uspishnaukraina.com.ua/strategy/69/244.html> (дата звернення: 12.01.2022).

Стрелюк М. І.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Пояркова Т.К.
д. політ. н., професор кафедри політології

ЛІБЕРТАРІАНСТВО В УКРАЇНІ ЯК СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНО-ІДЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Лібертаріанство – політична ідеологія, яка базується на максимізації індивідуальної свободи та мінімізації впливу держави як на конкретну людину, так і на суспільство в цілому. Лібертаріанство має кілька течій, які відрізняються у баченні ролі держави та необхідності гарантування прав. Течія анархо-капіталізм розглядає державу не лише тим, що обмежує певні права і свободи у тих випадках, коли це відповідає інтересам суспільства, а може являти собою систему пригнічення та інструмент для експлуатації окремого індивіда. Внаслідок цього, держава та її інститути мають бути знищені та заміщені акторами ринку [5]. Другою течією є мінархізм. Його особливість полягає у тому, що держава трактується регулятором та арбітром, яка слідкує за дотриманням принципів ринкової економіки та гарантує права та свободи індивідів [3]. У цьому випадку держава з вкрай обмеженими повноваженнями – «нічний сторож» – розглядається як необхідне зло для забезпечення безпеки та стабільності у суспільстві шляхом контролю над виконанням укладених на ринку контрактів та договорів.

Актуальність дослідження лібертаріанства для вітчизняної політичної науки ґрунтується на можливості розгляду зазначеної ідеології як варіанту модернізації політичної системи України, потребі розглянути досвід лібертаріанських рухів та практик в інших країнах для розуміння того, які інституціональні зміни, реформи, закони можуть бути запозичені та адаптовані для нашої держави.

Одним з аспектів політики, у якому лібертаріанство може бути корисним українському суспільству, є питання довіри до влади в цілому і окремих

державних інституцій. Згідно з дослідженням «Центру Разумкова» від серпня 2021 року, рівень довіри українців до влади є низьким [1]. Недовіру Президенту України висловлюють 57% респондентів. Показовим є ставлення до інших органів влади. Недовіра до Верховної Ради України становить 74%, уряду – 72%, судовій системі – 75%. Це ж опитування ще у лютому 2020 р. (тобто до початку пандемії в Україні) показує цифри, які не сильно відрізняються, тобто низький рівень довіри до влади не можна пояснити виключно викликами, які виникли в результаті пандемії [4]. Заміна безальтернативних владних інститутів, зменшення та розподілення їхніх повноважень між конкуруючими ринковими агентами може допомогти у вирішенні цієї проблеми, оскільки, по-перше, вони не матимуть такого впливу на індивіда, який мають зараз, а, по-друге, індивід матиме змогу обирати між ринковими аналогами таких інститутів.

Також, однією з особливостей лібертаріанської ідеї є точка зору, що людина як істота в будь-якому випадку не є ідеальною і може помилятися (свідомо або несвідомо). Тож, у тих випадках, коли від дій індивіда залежать інші особи, краще позбавити його того інструменту (тобто, державної влади), за допомогою якого він може вплинути на інших. У випадку України та таких неформальних інститутів як «куміство», корупція, тощо, можна запропонувати варіант не боротьби з їх проявами, а позбавлення політичних акторів теоретичної можливості зловживати своєю владою.

З іншого боку, впровадження лібертаріанства у сучасній Україні несе в собі певні ризики та виклики. По-перше, це низький рівень підтримки єдиної лібертаріанської партії України. По-друге, про відсутність такого запиту свідчить також і консолідація влади у руках В. Зеленського та його партії «Слуга Народу». За результатами парламентських та президентських виборів можна зробити висновок, що в українському суспільстві поширеним є бажання бачити на чолі держави певну «сильну руку», яка матиме змогу контролювати максимально широкі сфери повноважень. Іншим аргументом на користь того, що українське суспільство на даний момент не є готовим до лібертаріанського

підходу є описана Р. Інглхардтом теорія міжгенераційної зміни цінностей, згідно з якою така зміна відбувається у тому випадку, якщо попереднє покоління змогло забезпечити себе потрібними матеріальними цінностями [2]. Як наслідок, сьогодні не можна очікувати зміни цінностей як у існуючого покоління (що за самим Інглхардтом взагалі не є можливим), так і у наступних.

Список використаних джерел:

1. Довіра до інститутів суспільства та політиків, електоральні орієнтації громадян України (липень–серпень 2021 р.) URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/dovira-do-institutiv-suspilstva-ta-politykiv-elektoralni-oriientsii-gromadian-ukrainy> (дата звернення: 15.01.2022)
2. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / пер. с англ. Политические исследования. 1997. № 4. С. 6–33.
3. Нозик Р. Анархия, государство и утопия. М.: ИРИСЭН, 2008. 242 с.
4. Оцінка громадянами діяльності влади, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків, електоральні орієнтації громадян (лютий 2020р. соціологія). URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykh-institutiv-ta-politykiv-elektoralni-oriientsii-gromadian-liutyi-2020r> (дата звернення: 15.01.2022)
5. Ротбард М. К новой свободе: Либертарианский манифест. Пер. с англ. Москва: Новое издательство, 2009. 398 с.
6. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні. URL: https://ucerp.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/WVS_UA_2020_report_WEB.pdf (дата звернення: 15.01.2022)

Теплюк В. А.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Лавриненко Г.А.
к. політ. н. доцент кафедри політології

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ХХІ СТОЛІТТЯ, ФОРМИ І СПОСОБИ ЇХ ВЕДЕННЯ

Актуальність цієї теми пов'язана з тим, що сьогодні тема інформаційної війни стрімко зростає, оскільки інформація стає найдорожчим продуктом. Завдяки їй людина не тільки має можливість впливати на інших людей, і навіть на владу. Учасником такої війни може стати кожен із нас, незалежно від віку, статі та інших факторів.

За допомогою інформаційних технологій змінилася тактика ведення військових та інших конфліктів. Інформація та дезінформація перетворюються на небезпечну зброю, у чиїх руках вона потрапляє і з якою метою вона використовується.

Спроби впливати на людську свідомість за допомогою інформації простежуються в працях Н. Макіавеллі («Державець») або Сунь Цзи («Мистецтво війни»). У будь-який момент завжди цінувалося вміння збирати якісну інформацію та вводити ворога в оману.

На ранньому етапі свого розвитку інформаційна війна була супутньою частиною збройного конфлікту, метою якого був захоплення територій. На даний момент інформаційна війна часто відокремлюється від «гарячого» протистояння і займає домінуюче положення.

Американський військовий фахівець Т. Рон одним із перших ввів поняття «інформаційна війна». Термін активно використовувався у військовій сфері, але з розвитком медіа та комунікаційних технологій він набув дещо іншого значення.

Методи інформаційної боротьби поділяються на три види – силові, інтелектуальні та комбіновані. До складу сил входять методи, що

застосовуються для знищення інформаційної зброї різними видами озброєння, що дозволяє домогтися переваги в кількості інформації, необхідної для вирішення тих чи інших військових завдань. Інтелектуальні методи характеризуються рефлексивним управлінням противником, їхнє використання забезпечує досягнення інформаційної переваги щодо якості інформації. А до комбінованих методів відноситься досягнення інформаційної переваги за кількістю та якістю інформації [2].

Існує й інший поділ інформаційної боротьби. За формами, він може бути наступальним чи оборонним. Наступальна боротьба спрямована на завоювання і утримання інформаційної переваги над противником. Операції такої боротьби спрямовані на порушення систем управління супротивника, але всі дії повинні забезпечувати сприятливі умови для ведення бойових дій самотужки. Тоді як оборонна боротьба, навпаки, ведеться в умовах, коли інформаційна перевага супротивника спрямована на зниження його переваги. У цій боротьбі основні інструменти спрямовані на забезпечення інформаційної безпеки держави.

З настанням нового тисячоліття значення інформації для суспільства активно зростає, у зв'язку з чим потрібен перехід від звичайної зброї до нової – інформаційної, зброї зі штучним інтелектом. Роль інформації у розумінні її впливу на бойові дії стала настільки значною, що, наприклад, у ході операції «Буря в пустелі» втрати іракців склали 35%, а їхній бойовий дух упав на цілих 60%. організував 2500 радіопередач та поширив 30 мільйонів листівок [1].

Таким чином, інформаційні війни XXI століття вийшли на новий рівень, рівень, що дозволяє завоювати будь-кого без застосування фізичної сили. Нові інформаційні технології розширили можливості інформаційної дії у світі. У таких умовах гостро постає питання інформаційної безпеки країни.

Список використаних джерел:

1. История информационных войн. В 2 ч.2 /Н.Л. Волковський. СПб.: ООО «Издательство» Полигон», 2003. 729 с.

2. Почепцов Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. Москва : Рефл-бук .– Киев : Ваклер, 2000. 576 с.
3. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика. К. : Знання, 2008. 663 с.

Урсол М. А.
студент 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Пояркова Т. К.
д. політ. н., професор кафедри політології

ФЕНОМЕН «ЛІДЕРСЬКИХ» ПАРТІЙ В УКРАЇНСЬКИХ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ 2014 РР.

У сучасній політичній науці «лідерськими партіями» визначають такі партійні організації, що створюються навкруги політичного діяча і репрезентують його прагнення отримати політичну владу через механізм виборів. До ознак таких партій відносять те, що повноваження всередині «лідерської» партії сильно централізовані. Найчастіше, через велику роль лідера зростає рівень залежності рейтингу партії від іміджу її лідера. Можна простежити, що при спаді популярності лідера, спадають і рейтинги лідерської партії, партійна структура швидко руйнується [1].

Процес створення «лідерських» партій в Україні набув широкого розвитку на початку 2000-х років. Саме у цей час були створені такі політичні сили як «Блок Юлії Тимошенко», «Блок Литвина», «Наша Україна» (об'єднана особистістю В. Ющенка), «Партія Регіонів» (створена навколо В. Януковича) тощо [2].

З часом цей процес лише заглибився. Так, практично усі партії, які подолали прохідний бар'єр до парламенту 2014 року, були «лідерськими»: Блок Петра Порошенка (лідер – П. Порошенко), Народний фронт (лідер – А. Яценюк), Самопоміч (лідер – А. Садовий), Опозиційний Блок (лідер – Ю. Бойко), Радикальна партія Олега Ляшка (лідер – О. Ляшко), Батьківщина (лідер – Ю. Тимошенко), Свобода (лідер – О. Тягнибок).

Причиною такого переважання лідерських партійних проектів в політичному українському просторі виступає те, що особистісні риси політика,

під якого створюється партія – часто є одним індикатором, що відрізняє цю організацію від інших партій.

Список використаних джерел:

1. Горизонтальні партійні зв'язки та демократичність політичної системи. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nchnpu_022_2016_20_12.pdf (дата звернення: 15.01.2022)
2. Політико-ідеологічний спектр українських політичних партій на сучасному етапі. URL: <http://jpl.donnu.edu.ua/article/view/6077> (дата звернення: 09.01.2022)

Шкіндер А. В.
студентка 4 курсу ІФФ,
Київського університету імені Бориса Грінченка

Наук. керівник:
Бульбенюк С. С.
к. політ. н., доцент кафедри політології

НЕВИЗНАНІ ДЕРЖАВНІ УТВОРЕННЯ НА ТЕРЕНАХ ДЕРЖАВ КОЛИШНЬОГО СРСР: ПОЛІТИЧНІ І ПРАВОВІ ВИКЛИКИ

Однією з основних проблем сучасної системи міжнародних відносин є наявність невизнаних держав. Невизнані держави – це загальна назва групи територіальних утворень, які, незважаючи на наявні у них ознаки державності, не можуть виступати як суб'єкт міжнародних відносин, оскільки не мають повного міжнародного дипломатичного визнання.

Невизнані держави на території колишніх союзних республік (Абхазія, Південна Осетія, Нагірно-Карабахська Республіка, Придністровська Молдавська Республіка) є політико-територіальними утвореннями, що виникли як фіксація в просторі та часі підсумків локальних конфліктів, спровокованих дезінтеграцією масштабного геополітичного характеру. Їх спільною характеристикою є наявність внутрішнього суверенітету за відсутності його зовнішньої легітимації.

Варто зауважити, що міжнародно-правова суперечність між правом націй на самовизначення та принципом територіальної цілісності держав уможлиблює постійну появу нових державних та квазідержавних утворень. У зв'язку з сучасною політичною ситуацією, а саме з подіями в Україні (появою квазідержавних невизнаних утворень, що претендують на суверенітет), проблема самовизначення народів та існування невизнаних держав набула особливої політичної гостроти та актуальності.

Виникнення таких утворень як ДНР та ЛНР яскраво висвітлюють ще одну проблематику «самопроголошених» держав, а саме сепаратизму та/або колабораціонізму населення на невизнаних територіях таких нелегітимних утворень. Фактично вказане явище перебуває поза межами правового поля. До

того ж, у цих квазідержавних утвореннях не може йти мова про дотримання прав і свобод людини. Ці квазідержавні утворення фактично перебувають поза нормами легітимної політики та міжнародного і національного права.

Список використаних джерел:

1. Далявська Т.П. Міжнародні технології врегулювання проблем невизнаних держав. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу*. 2014. Вип.224. № 236. С.76–81.
2. Січень І. Розвиток ситуації довкола України та у світі на найближчу і середньострокову перспективу. *Бінтел (Журнал геополітичної аналітики)*. 2017. № 4 (8). С. 28–36.
3. Дівак В.В. Деякі проблеми міжнародно-правового визнання невизнаних держав. *Держава і право*. 2011. Вип. 52. С. 579-587.
4. Маркедонов С. СНГ-2. Феномен непризнаних государств на постсоветском пространстве. *Информационно-аналитический бюллетень «ЕвроАзия»*. М., 2006, август. URL: <http://www.postsoviet.ru/publications/21/> (дата звернення 14.01.2022).