

6. Luman N. Mirovoe vremja i istorija sistem. Ob otnoshenijah mezhdu vremennymi gorizontami i social'nymi strukturami obshhestvennyh sistem // Logos. – 2004. – №5. – S.131–168.

7. Berger P., Lukman T. Social'noe konstruirovanie real'nosti. Traktat po sociologii znaniya. – Moskva: Medium, 1995. – 323 s.

8. Filosofija polityky: korotkyj encyklopedychnyj slovnyk / avtor-uporjad. Andrijushhenko V. P. ta in. – Kyi'v: Znannya Ukrainy. – 607 s.

9. Jaspers K. Duhovna situacija vremeni // Jaspers K. Smysl i naznachenie istorii: per. z nim. 2-e izd. – Moskva: Respublika, 1994. – S.266–418.

10. Gordijenko M. Nacional'na tradycja jak osnova politychnoi' doktryny konservatyzmu. Ukrain's'ka nacional'na ideja: realii' ta perspektivy rozvytku. Zb. nauk. prac'. – L'viv: Vyd-vo Nac. un-tu «L'viv's'ka politehnika», 2007. – Vyp.19. – S.3–10.

11. Abushenko V. L. Tradycja. Vsemirnaja jenciklopedija: filosofija / gl. nauch. red. i sost. A. A. Gricanov. – Moskva: AST; Minsk: Horvest, sovremennyj literator, 2001.

12. Lypyn's'kyj V. Lysty do brat'iv–hliborobiv. Pro ideju i organizaciju ukrain's'kogo monarhizmu. Povne zibr. tvoriv, arhiv, studii'. T.6. Kn.1 / red. Ja. Pelens'kyj. – Kyi'v; Filadel'fija: AT «Knyga», 1995. – 470 s.

13. Berk E. Zberezhennja ta zminy. Konservatyzm: antol. / uporjad. O. Procenko, V. Lisovij. – Kyi'v: Vyd-vo «Smoloskyp», 1998.

14. Kosenko D. Kratokratychnyj aspekt komunikatyvnoi' teorii' Ju. Gabermasa // Visnyk L'viv's'kogo universytetu. Serija filosof's'ko-politologichni studii'. – 2012. – Vyp.2. – S.26–33.

15. Fisun O. A. K pereosmysleniju postsovetskoj politiki: neopatrimonial'naja interpretacija // Politicheskaja konceptualogija. – 2010. – №4. – S.158–187. – URL: [http://philosophy.karazin.ua/ua/kafedra/staff\\_pol/books/fisun/fisun\\_politkonzeptologija.pdf](http://philosophy.karazin.ua/ua/kafedra/staff_pol/books/fisun/fisun_politkonzeptologija.pdf) (data zvernennja: 30.01.2018).

16. Fesenko V. V. Tradycii' politychni. Politologichnyj encyklopedychnyj slovnyk / uporjad. V. P. Gorbatenko; za red. Ju. S. Shemshuchenka, V. D. Babkina, V. P. Gorbatenka. 2-e vyd. dop. i pererab. – Kyi'v: Geneza, 2004.

17. Folomeev M. A. Politicheskaja tradycja v kontekste transformacionnogo politicheskogo processa Ukrainy // Visnyk Odes'kogo nac. un-tu. sociolog. i polit. nauky. – T.13. – Vyp.5. – S.722–727.

18. Berk E. Konstytucija na pravi davnosti. Konservatyzm: antol. / uporjad. O. Procenko, V. Lisovij. – Kyi'v: Vyd-vo «Smoloskyp», 1998.

19. Boldachev V. G. Temporal'nost'. – URL: <http://www.boldachev.com/text/temporalnost> (data zvernennja: 13.02.2018).

20. Politicheskij process: osnovnye aspekty i sposoby analiza: sb. uceb. materialov / pod red. Meleshkinoj E. Ju. – Moskva: Izd. dom «INFRA-M»; Izd-vo «Ves' Mir», 2001. – 304 s.

21. Kozellek R. Chasovi plasty. Doslidzhennja z teorii' istorii'; per. z nim. – Kyi'v: DUH i LITERA, 2006. – 436 s.

**Bortnikova A. V.**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the World History Department of Lesya Ukrainka Eastern-European National University (Ukraine, Lutsk), [allabortnikova@icloud.com](mailto:allabortnikova@icloud.com)

#### Temporal conditionality of the traditions forming and the political institutions and processes evolution

*The temporal conditionality of the political institutions processes evolution and the formation of socio-political traditions of their existence have been revealed. The vitality of a public institution and its institutionalization are related to tradition as a condition for the preservation of human society. In the widest sense, the tradition is understood as everything that was before, linking it with the all what went before of a particular society. In its more narrow sense, the tradition includes only those elements of the past, which have a direct impact on the contemporaneity. In the narrowest sense, the tradition is only those elements of the past that are selected, by specially designated by people who are living here and today. «The original» traditions that remain unchanged from the time of their occurrence and «the secondary», reflexive traditions, which is a transformed form of the first ones are distinguished. It is «the secondary» traditions capable of intensive development, they foresee the possibility of rearranging of the past through its constant interpretation in the activity and sign forms, carrying out the selection of elements of the socio-cultural experience through the changes of the rooted in the matrices culture.*

*One of the peculiarities of the temporal evolution is the procedure and the duration in time. The understanding of the process as evolution is important. From other directed processes it differs by two additional features; a) the direction of the process has a positive character, that is, with the passage of time, the level of a variable quantity or a complex of variable quantities on which this process is oriented increase; b) the directed sequence of social change is being driven and operated, obtaining appropriate impulses from the mechanisms within this society – inherent endogenous, and not external – exogenous.*

**Keywords:** time, space, political institutions, political processes, tradition, institutionalization.

\*\*\*

УДК 329

**Буряченко О. В.**,  
пошукач кафедри політичних наук,  
Київський національний педагогічний  
університет ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), [Voua@ukr.net](mailto:Voua@ukr.net)

#### РЕПУТАЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПАРТІЇ: СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ ТА СУСПІЛЬНО-ЗНАЧУЩІ ФУНКЦІЇ

*Проаналізовано такий феномен, як «репутація політичної партії». Визначено структурні компоненти репутації політичної партії та основні суспільно-значущі її функції. Розкрито розуміння таких категорій як «ядро» і «периферія» репутації політичної партії, їх діалектичний взаємозв'язок. Проаналізовано деякі основні наукові підходи до визначення структури репутації політичної партії.*

**Ключові слова:** політична партія, репутація, структурні компоненти, імідж, образ, функції репутації.

Поняття «репутація політичної партії» з'явилося на вістрі суспільної уваги не випадково. Воно пов'язане, в першу чергу, із найважливішою проблемою українського суспільства – необхідністю боротьби із корупцією (у тому числі й політичною), яка набула всіх ознак системності, і одночасно з необхідністю підвищення професіоналізму політиків. Репутація стала своєрідним індикатором вчинків представників різноманітних політичних партій, озвучених ініціатив їх лідерів.

В контексті цього репутацію цілком можна трактувати як соціально-політичну категорію, оскільки вона сприяє формуванню позитивного або негативного ставлення до тієї чи іншої політичної організації (політичної партії). Особливо актуалізує репутаційну тематику в політиці те, що остання в контексті діяльності політичних партій і їх лідерів, стала набувати віртуального, фантомного характеру, тобто, найчастіше громадяни мають справу не з реальними політичними партіями, а з їх «фейками», не з реальними політиками, а з їх образами, іміджами [12, с. 259; 6; 7; 8]. У зв'язку із цим вивчення співвідношення «реальних» і «віртуальних» образів політичних партій, їх динаміки розвитку, стійкості стає все більш актуальним, бо дозволяє одночасно виявити сутнісні характеристики самого політичного процесу в Україні в цілому.

Філософські, методологічні основи формування репутації були закладені в класичних працях Платона, Арістотеля, Плутарха, Н. Макіавеллі, А. Шопенгауера, Ф. Ніцше, Ф. Честерфілда й інших мислителів.

До власне наукового дослідження проблеми репутації вперше звернулися західні дослідники в 40–50-і рр. ХХ в., що було пов'язано із інституційним оформленням даного феномена в західних державах. Перші наукові дослідження особової репутації з'явилися в роботах американських соціологів Дж. Ландберга, К. Шрега, О. Ларсена «Стратифікація: розподіл відповідальності і можливостей» і Ф. Хантера «Структура влади в суспільстві».

У вітчизняній політичній науці інтерес до поглибленого вивчення репутації суб'єктів політики, до методів їх формування, тільки з'являється. Окремі аспекти поняття «репутація» досліджувалися, перш за все, в рамках теорії політичного лідерства й іміджу політичних лідерів. Різноманітні проблеми дослідження сутності політичного іміджу розглядаються в працях В. Антемука, С. Бульбенюк, І. Варзара, В. Горбатенка, С. Денисюк, Г. Дідух, Г. Зеленько, В. Корнієнка,

О. Лісничука, М. Михальченка, Б. Новожилова, Ф. Рудича, Л. Губерського, В. Андрущенко, в яких розкрито проблеми теорії і методології політичної діяльності, влади, культури політико-правового стану особистості. Проте проведений аналіз теоретичних робіт, вимоги практики приводять нас до необхідності здійснення комплексного дослідження політичної репутації політичних партій, з чого випливає завдання теоретичного і експериментального опрацювання в рамках політичної науки саме цього феномена.

Виходячи із зазначеного, метою наукової статті є визначення структурних компонентів репутації політичної партії та основних суспільно-значущих функцій її репутації.

Відразу слід зазначити, що загальновизнаної структури репутації не існує. У кожній політичній партії так чи інакше є власний «стрижень», конструктивні чинники, завдяки яким формується її репутація. Найбільш чітку і концептуально оформлену структуру репутації запропонував, на погляд дисертанта, російський науковець А. Кошмаров, виділивши в ній два компоненти: «іміджеву частину» і «змістовну частину».

«Змістовна частина» цієї репутації: політичні заяви, що викривають злочинство і злочинні нахили політичних еліт, неучасть в скандалах, пов'язаних з переділом власності, демонстративно погані відносини з владними елітами. «Іміджева частина»: аскетичний вигляд, худоба, глибоко посаджені очі, проста, ясна мова, різкість мови [14, с. 7].

В цілому, точки зору, висловлені А. Шабельников, К. Ремчукова, А. Кошмаровим, зводяться до наступного:

1. Репутація складається з двох основних компонентів: іміджу (зовнішній образ, «форма», вигляд) і змісту (Я–концепція особистості, внутрішній образ, характеристика, зміст).

2. Процес формування репутації передбачає створення «форми» (іміджу) і «наповнення» її «змістом». При цьому «форма» і «зміст» не можуть існувати окремо один від одного. Якщо імідж пов'язаний насамперед з очікуваннями, то репутація – з виправданням очікувань. Швидко створити позитивну репутацію, а тим більше купити – неможливо. Вона будується на вмінні виконувати обіцянки.

Отже, як зазначає А. Кошмаров, «стійка, хороша репутація представляє собою єдність «іміжевої» і «змістовної» складових. Зміст не може існувати поза формою. Нажаль, українська практика політичної боротьби часто демонструє, що «форма» (зовнішній образ) часто наповнюється хибним «змістом». Наприклад, якщо партія називає себе «народною», то її головні представники не повинні сидіти в офісі з шикарними меблями і їздити на дорогих «Мерседесах». Партія не повинна друкувати свої буклети на дуже дорогому папері і в текстах вживати витіюваті фрази із складними термінами і іноземними словами. Це є проблемою відповідності форми і змісту в контексті формування репутації конкретної політичної партії.

Розрив між формою і змістом губить репутацію і може бути використаний для підміни «позитивної» репутації на «негативну».

Позитивна репутація політичної партії формується, по-перше, довготривалим позитивним підтвердженням її сукупних дій в політиці. Негативна – точно навпаки.

По-друге, найнадійніший і стійка репутація – та, яка спирається на об'єктивну інформацію про діяльність політичної партії в попередній період й на прогностичну гіпотезу про те, що так само вона буде діяти і в майбутньому.

По-третє, додатковим чинником формування позитивної репутації є відповідність партії прийнятим в суспільстві нормам відповідальності перед зацікавленими в її діяльності громадянам [2, с. 13]. Всі три перелічених позиції, нажаль, найменшою мірою стосуються політичних партій України. Так, майже половина із нині існуючих українських політичних партій з'явилися впродовж 2014–2016 рр. Тобто, говорити про стійку позитивну репутацію цих партій говорити складно. У 2018 р. всього в Україні діяло 354 політичні партії, що є одним із найвищих показників в Європі [3].

Перш за все, слід умовно говорити про існування ядра і периферійної області репутації політичної партії. Ядро – найбільш стійкий структурний компонент репутації, який відображає певне цілісне уявлення про партію і одночасно є носієм колективної пам'яті про неї. Саме ядро слід вважати ціннісною основою репутації: воно залишається незмінним і безпосередньо формується на основі фундаментальних цінностей, які сповідує політична партія. Зміст ядра репутації – це інтерпретація громадської думки, тих складових культури, які становлять принципи та законності раціональної критичної оцінки. Тобто, це навіть не стільки думки і цінності, скільки набір фундаментальних принципів і закономірностей. Цілісність і стабільність ядра репутації політичної партії прямо пропорційна цілісності і стабільності самого суспільства [18, с. 25].

Якщо говорити конкретно, то здається беззаперечною теза, що саме довіра до політичних партій є ядром їх позитивної репутації. Зарубіжні дослідники Т. Лоусон і Д. Геррод простежують зв'язок між поняттями репутація і честь (honour), яке розглядається в англійському перекладі слова «честь» як термін, що відображає почуття поваги в зв'язку з соціальним становищем людини. Тут репутація розуміється саме як «соціальна» [15, с. 393]. Чим вища впевненість громадян у задоволенні з боку політичної партії значущих для кожного соціальних очікувань і потреб, чим вища довіра до неї – тим вища репутація партії, а отже, тим більше громадян, ймовірно, віддадуть свої голоси на виборах за цю конкретну політичну силу.

Але на початку 2017 р. в країні вперше за час після Євромайдану майже 80% населення, за даними опитування Центру Разумкова, в принципі не довіряла партіям. Найчастіше, на думку експертів, жодній з політичних партій не притаманні такі якості: «уміння і бажання захищати інтереси свого виборця, «електорального ядра» (37%); «уміння виробити чітку програму дій» (29%); «наявність чіткої позиції стосовно стратегії розвитку держави» (22%) [10, с. 94].

Щодо периферійної області репутації політичної партії, то тут слід мати на увазі набір чинників і показників, які складають основу для оцінки громадянами її діяльності в суспільстві. На відміну від ядра, периферійна область є більш лабільною і мінливою. В цілому вона являє собою сукупність показників, за якими можна оцінити репутацію політичної партії.

Зміст периферійної області – результат критичного аналізу діяльності політичної партії, заснованою на раціональному сприйнятті дійсності.

Варто враховувати практичне значення такої категорії як «стійкість електоральних симпатій». Як свідчать соціологічні опитування, більшою стійкістю вирізняються настрої виборців на Сході, Донбасі та Заході. Там продовжують підтримувати «свої» партії й в опозиційному статусі від 54% до 42% опитаних громадян. Найбільше тих, хто змінить симпатії на користь іншої партії – на Заході і в Центрі (відповідно, 15% і 16%). На Півдні більше тих, хто не підтримуватиме жодної з партій (32%) [4, с. 137].

Ймовірно, що слід врахувати діалектичний взаємозв'язок ядра і периферії репутації політичної партії в тому сенсі, що задані ядром особливості та закономірності периферійної області можуть бути істотно скориговані. Ядро репутації формується культурою і визначає зміст периферійної частини репутації. При формуванні периферійної області репутації культура виступає контекстом, в рамках якого оцінюється об'єкт. У свою чергу і репутація виступає структурувальним елементом соціального простору, виступає інструментом культури і одночасно може провокувати зміни в культурі. Отже, зв'язок культури і репутації необхідно розглядати як взаємодію і взаємовплив. Аналізуючи деякі підходи до визначення структури репутації політичної партії, слід згадати російську дослідницю К. Белевську [1], яка умовно виділяє такі підходи:

1. Факторний підхід, за яким репутація представлена як синтетична категорія, сукупність чинників і особливостей політичної партії, що оцінюються аудиторією або громадськістю. Репутаційний чинник – це проведення конкретних справ, за якими громадяни можуть скласти репутацію політичної партії. Прихильники цього підходу пропонують широкі переліки чинників, які можуть бути взяті до уваги при формуванні репутації. Саме в рамках цього підходу можна судити про відмінності в сприйнятті одних і тих же цінностей різними аудиторіями, в різний час і в різному контексті.

2. Комунікаційний підхід, виходячи з якого в структуру репутації вписуються такі категорії як «ідентичність», «імідж» і «бренд». Цінність такого підходу полягає в розмежуванні цих близьких по суті понять і вписування їх в загальне проблемне поле, а також у привертанні уваги дослідників до необхідності розробки єдиної комунікаційної стратегії при управлінні репутацією [11, с. 321].

3. Соціокультурний підхід, в контексті якого репутація політичної партії являє собою певний соціальний феномен, що має свої закономірності і механізми існування. В рамках цього підходу репутація політичної партії розглядається як соціальна реальність, «соціальне уявлення», символічний капітал або соціальний інститут.

Репутація як «внутрішній (змістовний) образ» може не відповідати вимогам громадськості, її не можна штучно змінити, її можна лише заробити. Носій репутації сприймається таким, яким він є насправді, з усіма своїми достоїнствами і недоліками. Іншими словами, репутація – це «кредитна історія», що викликає або довіру, або недовіру громадськості.

Позитивне враження, що справляє політична партія на громадян, інші громадські організації, формує позитивну думку, яка може бути одним з вирішальних чинників в процесі прийняття рішень щодо голосування за конкретну партію в період парламентських виборів [13, с. 116].

Наприклад, політика партії та її лідера, що йде у розріз із сподіваннями громадян сприяє утворенню негативного іміджевого враження, а значить, відносно цієї організації будуть зроблені відповідні висновки – не голосувати за неї на виборах. Особливе співчуття завжди викликає зіпсована репутація окремих політичних партій (таких як, наприклад, Партія Регіонів (В. Янукович), «Сильна Україна» (С. Тігіпко) [17], від якої потерпає не тільки політична еліта, а й пересічні громадяни держави, тому що, за словами О. Коган «змінюється система цінностей, чорне стає білим, а біле – чорним» [9, с. 70]. Слід ще раз підкреслити, що репутація політичної партії може бути як позитивною, так і негативною. Перш ніж створювати репутацію, потрібно правильно вибудувати імідж політичної партії, а потім поступово коригувати його, поки не будуть досягнуті позитивні результати, а в свідомості електорату не буде сформовано уявлення, що є основою репутації.

У цьому контексті показовою є думка французького філософа-екзистенціаліста А. Камю, який стверджував, що якою б гарною не була репутація організації, зіпсувати її можна досить швидко. «Із поганою репутацією жити легше, ніж із хорошою, бо гарної репутації важко дотримуватися, потрібно весь час бути на висоті – адже будь-який зрив рівнозначний злочину. При поганій репутації зриви можна вибачити» [5]. Таку позицію підтримують багато сучасних дослідників, які доводять, що хороша репутація організації може бути сформована тільки шляхом постійного підтвердження громадянами її якостей, які вони цінують.

Таким чином, говорячи про структуру репутації політичної партії визначимо наступне.

1. Виходячи із особливостей формування репутації політичної партії вона може бути:

- іміджевою – емоційною, яка формується ЗМІ, завдяки чуткам, побутовій інформації тощо;
- сутнісною – формується на базі особистого досвіду, безпосередньої, чи опосередкованої взаємодії із політичною партією. Є раціональною і оціночною.

2. За методами вивчення:

- суб'єктивною – являє собою думки громадян щодо політичної партії (соціологічні методи);
- об'єктивною – що заснована на якісних характеристиках політичної партії, реальних показниках її діяльності (статистичні методи).

Щодо видів репутації політичної партії:

1. За структурними елементами:

- іміджева (поверхнева) – із домінуванням іміджевої складової;
- глибинна – власне репутація (наявність іміджевої і сутнісної складових із домінуванням останньої);
- реальна (адекватна) – визначається співвідношенням об'єктивної і суб'єктивної складових, формується у випадках їх єдності як результат усвідомленої й різнобічної оцінки громадян. Високий рівень політичної культури і свідомості є необхідною умовою формування реальної репутації.

– неадекватна – формується як результат загального уявлення щодо політичної партії.

На основі запропонованої моделі й типології репутації можна позначити й основні суспільно–значущі функції репутації політичної партії:

– функція соціальної оцінки (виходячи з якої, політична партія оцінюється, як «погана» або «хороша»);

– функція соціальної селекції, тобто відбору організацій, що здійснюють важливі для суспільства функції, які є соціально прийнятними в контексті існуючої культури;

– інтеграційна функція. Будь–яка політична організація може бути розглянута як система, що складається з взаємозв'язаних елементів, або як ціле, що складається з окремих частин. Репутація політичної організації, будучи частиною організаційної культури, виконує функцію об'єднання частин в єдине ціле, створюючи їй можливість виступати в якості єдиного суб'єкта соціальної дії;

– функція зв'язку, за допомогою якої відбувається комунікація між політичною партією, громадянами та владою;

– функція прогнозування – можливість передбачати на основі змісту репутації діяльність політичної партії в різних ситуаціях;

– функція регуляції, коли на основі репутації політичної партії, громадяни готові делегувати їй повноваження щодо прийняття рішень в соціально значущих ситуаціях;

– функція стратифікації – репутація політичної організації дозволяє їй і її прихильникам претендувати на певний статус в соціальній ієрархії;

– функція мобілізації – дозволяє організувати і направляти соціальну (політичну, громадянську) активність;

– функція комунікативності, на основі якої можна оцінити дистанцію між політичною партією та її електоратом.

– функція стабілізації, завдяки якій підтримується незмінність відносин «громадяни – влада».

Із розвитком сучасного інформаційного простору спостерігається розширення функцій репутації політичних партій і ускладнення їх структури. І те, що в свій час С. Московічі називав соціальними уявленнями [16, с. 5] «сучасним еквівалентом» міфів і вірувань, сьогодні саме через категорію репутації дозволяє їх описати в сучасних соціально–політичних комунікаціях.

Таким чином, враховуючи об'єкт дослідження, ми можемо дати власне визначення репутації політичної партії: це закріплена певна думка про політичну партію, яка чітко відображає її статус на підставі оцінки ефективності її діяльності в минулому й здатності задовольняти різним критеріям, від наявності яких залежить її майбутній політичний успіх. Це, власне, визначає перспективу подальших наукових досліджень феномену репутації не лише політичних партій, а й інших суб'єктів політичного процесу.

#### Список використаних джерел

1. Белевская Е. С. Репутация как социокультурный феномен: механизмы и взаимовлияние культуры и репутации. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_23072130\\_89513223.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_23072130_89513223.pdf) (дата обращения: 05.05.2018).

2. Буряченко О. В., Корнієнко В. О. Репутація політичної партії: сутність та чинники формування // Україна в сучасному європейському просторі в умовах зовнішньополітичних викликів: матеріали міжнародної науково–практичної конференції. ДВНЗ Переяслав–Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2017. 18–19 травня. – С.12–22. – URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/18170>.

3. В Україні припинився партійний бум – КВУ // Українська правда. – 2018. – 30 січня.

4. Електоральна поведінка: стійкість симпатій, мотивація вибору // Національна безпека і оборона. – 2015. – №6–7. – С.136. – URL: [http://old.razumkov.org.ua/ukr/files/category\\_journal/nsd%206%207%202015.pdf](http://old.razumkov.org.ua/ukr/files/category_journal/nsd%206%207%202015.pdf) (дата звернення: 12.05.2018).

5. Камю А. Афоризми, цитати. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/aphorism/2366/> (дата обращения 22.05.2018).

6. Кармазіна М. Fake–утворення і mock–об'єкти у контексті виборів до Верховної Ради України 2012 р. // Парламентські вибори 2012 року в Україні. Наукові дослідження. – Київ: ІПЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2013. – С.39–47.

7. Кобута Л. П. Парадокси української багатопартійності: партії–невидимки // Актуальні проблеми сучасної політики: матеріали III міжвузівської науково–практичної конференції молодих політологів (11 листопада 2011 р.). – Рівне: РГДУ, 2011. – С.105–107.

8. Кобута Л. Фантомні партії України // Вісник Прикарпатського університету. Політологія. – 2016. – Вип.10. – С.53–58.

9. Коган Е. В. Этические аспекты формирования политической репутации // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – №16. – С.58–78.

10. Корнієнко В. О. Олігархізація влади // Сучасна політична лексика: енциклопед. словник–довідник / І. Я. Вдовичин, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов [та ін.]; за наук. редакцією Н. Хоми. – Львів: Новий Світ–2000, 2015. – С.199.

11. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Репутація як складова політичної комунікації // Політологічний вісник. – Київ: ІНТАС, 2011. – Вип.52. – С.320–328.

12. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г., Буряченко О. В. Партійна ідеологія: система цінностей, або синдром «суспільної кататонії»? // Гілея: збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Васькевич. – Київ: ВІР УАН, 2017. – Вип.117. – С.253–269.

13. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г., Шиян А. А. Моделювання процесів у політико–комунікативному просторі: монографія. – Вінниця: ВНТУ, 2009. – 207 с.

14. Кошмаров А. Ю. Репутация политического лидера в социальных коммуникациях: дис. ... канд. психологических наук: 19.00.05. – Москва, 2003. – 150 с.

15. Лоусон Т., Гэррод Д. Социология: А–Я: Словарь–справочник. – Москва: ФАИР–ПРЕСС, 2000. – 608 с.

16. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. – 1995. – №1. – С.3–18; №2. – С.3–14.

17. Тигипко уже «покаялся» за вхождение в ПР и решил возродить партию // Украинская правда. – 2014. – 23 апреля.

18. Яковлева Е. Л. Репутация и социальные роли // Политический маркетинг. 2004. – №7. – С.13–27.

#### References

1. Belevskaja E. S. Reputacija kak sociokul'turnyj fenomen: mehanizmy i vzaimovlijanie kul'tury i reputacii. – URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_23072130\\_89513223.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_23072130_89513223.pdf) (data obrashhenija: 05.05.2018).

2. Burjachenko O. V., Kornijenko V. O. Reputacija politychnoi' partii': sutnist' ta chynnyky formuvannja // Ukraïna v suchasnomu jevropejs'komu prostori v umovah zovnishn'opolitychnyh vyklykiv: materialy mizhnarodnoi' naukovy–praktynchnoi' konferencii'. DVNZ Perejaslav–Hmel'nyc'kyj derzhavnyj pedagogichnyj universytet imeni Grygorija Skovorody, 2017. 18–19 travnja. – S.12–22. – URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/handle/123456789/18170>.

3. V Ukraïni pryputnyvsja partijnij bum – KVU // Ukraïns'ka pravda. – 2018. – 30 sichnja.

4. Elektorol'na povedinka: stijkist' sympatij, motyvacija vyboru // Nacional'na bezpeka i oborona. – 2015. – №6–7. – S.136. – URL: [http://old.razumkov.org.ua/ukr/files/category\\_journal/nsd%206%207%202015.pdf](http://old.razumkov.org.ua/ukr/files/category_journal/nsd%206%207%202015.pdf) (data zvernennja: 12.05.2018).

5. Kamju A. Aforizmy, citaty. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/aphorism/2366/> (data obrashhenija 22.05.2018).

6. Karmazina M. Fake–utvorennja i mock–ob'jekty u konteksty vyboriv do Verhovnoi' Rady Ukraïny 2012 r. // Parlaments'ki vybori

2012 roku v Ukraї'ni. Naukovi doslidzhennja. – Kyi'v: IPEND im. I. F. Kurasa NAN Ukraї'ny, 2013. – S.39–47.

7. Kobuta L. P. Paradoksy ukrai'ns'koi' bagatopartiynosti: partii' – nevydyimky // Aktual'ni problemy suchasnoi' polityky: materialy III mizhvuzivys'koi' naukovy–praktychnoi' konferencii' molodyh politologiv (11 lystopada 2011 r.). – Rivne: RGDU, 2011. – S.105–107.

8. Kobuta L. Fantomni partii' Ukraї'ny // Visnyk Prykarpats'kogo universytetu. Politologija. – 2016. – Vyp.10. – S.53–58.

9. Kogan E. V. Jeticheskie aspekty formirovanija politicheskoy reputacii // Biznes. Obshestvo. Vlast'. – 2013. – №16. – S.58–78.

10. Kornijenko V. O. Oligarhizacija vlady // Suchasna politychna leksyka: encykloped. slovnyk–dovidnyk / I. Ja. Vdovychyn, L. Ja. Ugryn, G. V. Shypunov [ta in.]; za nauk. redakciju N. Homy. – L'viv: Novyj Svit–2000, 2015. – S.199.

11. Kornijenko V. O., Denysjuk S. G. Reputacija jak skladova politychnoi' komunikacii' // Politologichnyj visnyk. – Kyi'v: INTAS, 2011. – Vyp.52. – S.320–328.

12. Kornijenko V. O., Denysjuk S. G., Burjachenko O. V. Partijna ideologija: systema cinnostej, abo syndrom «sypil'noi' katonii'»? // Gileja: zbirnyk naukovykh prac' / gol. red. V. M. Vashkevych. – Kyi'v: VIR UAN, 2017. – Vyp.117. – S.253–269.

13. Kornijenko V. O., Denysjuk S. G., Shyjan A. A. Modeljuvanija procesiv u polityko–komunikativnomu prostori: monografija. – Vinnycja: VNTU, 2009. – 207 s.

14. Koshmarov A. Ju. Reputacija politicheskogo lidera v social'nyh komunikacijah: dis. ... kand. psihologicheskikh nauk: 19.00.05. – Moskva, 2003. – 150 s.

15. Louson T., Gjerrød D. Sociologija: A–Ja: Slovar'–spravochnik. – Moskva: FAIR–PRESS, 2000. – 608 s.

16. Moskovichi S. Social'noe predstavlenie: istoricheskij vzgljad // Psihologicheskij zhurnal. – 1995. – №1. – S.3–18; №2. – S.3–14.

17. Tigipko uzhe «pokajalsja» za vhozhdenie v PR i reshil vozrodit' partiju // Ukrainskaja pravda. – 2014. – 23 aprelja.

18. Jakovleva E. L. Reputacija i social'nye roli // Politicheskij marketing. 2004. – №7. – S.13–27.

**Buryachenko O. V.**, a search engineer at the Department of Political Sciences at the Kyiv National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), Voua@ukr.net

#### Reputation of the political party: structural components and social–functional functions

*The article analyzes such a phenomenon as «the reputation of a political party». The structural components of the reputation of a political party and its main socio–important functions are determined. Understanding of such categories as the «core» and «periphery» of the reputation of a political party, their dialectical interconnection. Some basic scientific approaches to determining the reputation structure of a political party are analyzed.*

**Keywords:** political party, reputation, structural components, image, image, reputation functions.

\* \* \*

УДК351–028.71

**Шуляк С. О.,**

кандидат педагогічних наук, професор кафедри інформаційної, бібліотечної та архівної справи, декан факультету менеджменту і бізнесу, Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв» (Україна, Миколаїв), shulyak@ukr.net

**Любаров Ю. Й.,**

магістрант ПВНЗ «Київський університет культури», начальник управління з питань культури та охорони культурної спадщини Миколаївської міської ради (Україна, Миколаїв), yositch@gmail.com

#### НОВА ПАРАДИГМА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

*Аналізується проблема трансформації державного устрою та управління в контексті впровадження принципово нових форм публічного*

*адміністрування, що базуються на принципах демократії. Теоретичну основу дослідження становлять законодавчо–нормативна база України; наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних і зарубіжних учених з проблем публічного адміністрування; інформаційні матеріали періодичних та довідкових видань; інтернет–ресурси. Наукову новизну становить аналіз нових соціально–управлінських та адміністративних систем державного управління, обґрунтування необхідності створення нової парадигми державного управління шляхом перетворення державного адміністрування в публічне. Доведено, що адміністративна реформа вкрай необхідна сучасній Україні, обґрунтовано необхідність розробки та прийняття концептуальних засад реформування публічного адміністрування, які повинні повною мірою відповідати сучасним вимогам і перспективам подальшого розвитку демократичного суспільства.*

**Ключові слова:** публічне адміністрування, державна політика, державне управління, суспільство, влада, громада, демократія, адміністративні реформи.

Досліджуючи підходи до вивчення еволюції публічного адміністрування та його сучасного становища, треба насамперед зазначити що *Public Administration* – це частина загальної політичної науки. Практика та теорія адміністрування завжди розглядається як одна з найбільш важливих і актуальних питань. Аналіз сучасних тенденцій розвитку політики та суспільства в цілому вочевидь демонструє той факт, що сфери інтересів влади і суспільства продовжують відокремлюватися один від одного. Це приводить до необхідності методологічно розділити і процеси вивчення цих сфер у політичній та соціально–гуманітарній науках. Сучасні підходи до наукової роботи щодо публічного адміністрування повинні брати до уваги також факт перетворення класичної теорії менеджменту у державному секторі через неокласичну в сучасну теорію управління, а також наявність низки моделей адміністрування: від «*Old Public Management*» та «*New Public Management*» до «*Good Governance*».

Принципово нові форми управління та адміністрування в сучасному публічному секторі з'явилися завдяки рядусоціально–політичних, економічних та інституційних факторів. Сучасні умови обумовлюють необхідність формування нової парадигми державного управління: класичні методи управління, що базуються на жорсткому застосуванні владних повноважень та суворому виконанні бюрократичних вимог і процедур, замінюються на такі, що першочерговим завданням вбачають надання громадянам якісних послуг в публічному просторі. Урядові механізми поступово змінюються з контролюючих та керуючих на мотивуючі.

Ситуація в сьогоденньому глобалізованому світі досить нестабільна. Це обумовлено декількома факторами. На думку В. Я. Малиновського, одна з причин полягає в тому, що кількість нестабільних національних економік перевищила кількість стабільних. Тому, з одного боку, органи публічного адміністрування змушені пристосовуватися і мати справу з сьогоденням, що постійно змінюється. Така адаптація необхідна, наприклад, для запобігання подальшому погіршенню економічної чи політичної ситуації. З іншого боку, органи публічного адміністрування повинні в той же час бути готовими до невизначеного майбутнього. Збалансувати ці два завдання важко, оскільки те, що робиться зараз для вирішення наявних проблем, може бути дисфункціональним стосовно того, що варто робити для підготовки до майбутнього [11].

Проблемі публічного адміністрування присвячені праці таких українських дослідників як Л. К. Абрамов, В. Б. Авер'янов, О. В. Базарна,