

IV. Політична думка

УДК 32.019.51

Чорноус А. В.*

*Аспірантка кафедри політології Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

ГЕНЕЗИС ТА ЕВОЛЮЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО МІФУ

Досліджується політичний міф, його генезис, розвиток та динаміка на різних етапах історичного буття українського народу..

Ключові слова: *політичний міф, політичний національний міф, виборча кампанія, політичний виборчий міф.*

Важливим моментом дослідження національного політичного виборчого міфу є вивчення його генезису, розвитку і динаміки на різних етапах історичного буття українського народу. З огляду на це, можна запропонувати власну періодизацію генезису та еволюції українського політичного міфу, яка відображає його розвиток від найпростіших форм. Об'єднуючою рисою політичного виборчого міфу на всіх етапах його розвитку вважаємо національний чинник, який відображає особливості національної політичної динаміки у структурі міфу. Система політичних міфів є своєрідною мініатюрою політичного простору, оскільки репрезентує наявність усіх політичних сил та угруповань, їх особливості та шляхи до влади. Саме звернення до цих питань і визначає актуальність і новизну пропонованої статті.

Метою цієї статті є дослідження генезису та еволюції українського політичного міфу, що дає підстави говорити про нові аспекти його вивчення українською політичною наукою.

Отже, перший етап у розвитку та еволюції українського політичного міфу припадає на 1991 рік і безпосередньо пов'язаний з тогочасними історичними подіями. Так, 24 серпня 1991 року — переломна дата в історії України. Тоді відбулася позачергова сесія Верховної Ради УРСР, на якій було прийнято історичний Акт проголошення державної

незалежності України. Таким чином, розпочався новий етап у її історичному бутті. 1 листопада 1991 року Верховною Радою України було прийнято Декларацію прав національностей, а 1 грудня цього року відбувся Всеукраїнський референдум і вибори Президента України. Під час цього всенародного волевиявлення 90,3% його учасників проголосували за незалежний шлях розвитку Української Держави. Першим Президентом України став Леонід Макарович Кравчук. Відтоді розпочинається професійне застосування політичного міфу в українському політичному процесі. 1991 року вперше в історії України заявили про себе сильні виборчі осередки та штаби, почали використовуватися найрізноманітніші виборчі технології. Цей етап став стартовим у процесі творення перших власне українських політичних міфів.

Отже, саме цей період вважаємо першим етапом у творенні українського політичного міфу. Аналізуючи його дослідниця Л. Кочубей правомірно наголошує на тому, що тоді розвитку виборчих технологій сприяв насамперед демократичний характер новітньої політичної системи в Україні, що активно формувався. Цей демократизм дав про себе знати у тому, що фактично в українських громадян чи не вперше з'явилася реальна можливість зробити власний політичний вибір. То був період становлення і формування української демократичної політичної системи, тому значний акцент робився на особливостях процедур громадянського волевиявлення. Владними колами до громадян Української Держави всіляко доносилися ідеї про те, що модерна демократія не може бути реалізована у практичному житті без виборчого процесу. Саме останній розглядався як перший і важливий крок на шляху до демократичного суспільства, яке тепер мало будуватися на основі політичного вибору його громадян. Активна демократизація суспільства, формування в ньому інституту виборів вели безпосередньо до створення у державі повноцінного політичного ринку [10, с. 155].

Політичний національний міф на першому етапі свого розвитку тільки починав формуватися, окреслювалися перші варіанти його утвердження і поширення в суспільстві. При цьому визначальною характеристикою політичного міфу вже була прадавня архетипна ідея як його основа, а також її реалізація відповідно до тогочасних існуючих політичних умов. Проте на цьому етапі політичний міф ще не перетворився на один із основних засобів політичного виборчого процесу.

Другий етап у розвитку українського політичного міфу припадає на другу половину 90-х років ХХ століття. Перехід до цього етапу був

визначений низкою обставин, які безпосередньо вплинули на структуру та особливості українського політичного міфу. Передусім мало значення те, що в Україні значною мірою зросла політична багатовекторність, тобто заявило про себе багато різноманітних суб'єктів політичного процесу, які у свою чергу почали ділити суспільство на певні виборчі електоральні групи. На зміну попередньому домінуючому поділу на «правих» (націонал-демократичні сили) і «лівих» (комуністично-соціалістичні сили) приходить велика кількість різних політичних партій, які пропонують свої ідеологічні системи та бачення шляхів подальшого розвитку України.

Другим визначальним чинником і характеристикою цього періоду є те, що запровадження змішаної виборчої системи призвело до того, що центри виборчих кампаній і створювані ними міфи набули яскраво вираженого національного характеру. Крім того, вони з'явилися в різних регіонах України, відповідно відображаючи специфіку кожного з них. З огляду на цю обставину, зросла потреба в якісно іншому рівні творення політичних виборчих міфів, значно вищому і досконалішому, ніж це було на попередньому етапі. У цей же час також зріс рівень довіри з боку народу до основних політичних сил і створених ними міфів. Це активізувало потребу суспільства у нових політичних міфах, таких, які б відповідали його модерним запитам і настроям. Тому активно і наполегливо шукаються нові засоби вираження політичних міфів та їх практичної реалізації.

Третім визначальним чинником, який сприяв переходу національного політичного міфу на новий етап, став активний розвиток українських засобів масової комунікації. Починаючи з 1998 року політичний виборчий міф переважно реалізується через засоби масової інформації, передусім телебачення, газети, радіо. Саме ЗМІ починають розглядатися українськими політиками як якісно новий і найбільш ефективний засіб для практичної реалізації політичного міфу, а також як засіб активної комунікації та взаємодії з виборцями.

У подальшому політичний виборчий міф розвивається все активніше, під час кожних наступних виборчих кампаній він твориться і реалізується за допомогою новітніх технологій. Правомірною є думка ряду українських політичних експертів Інституту політики щодо того, що парламентські вибори 1998 року принесли в Україну три новаторських явища. Першим вони називають феномен так званої віртуальної виборчої кампанії. Його яскравим і незаперечним прикладом стала

виборча кампанія Партії зелених України, яка була цілком і повністю побудована на використанні різноманітних відео-кліпів, що мали аполітичний чи навіть антиполітичний зміст. Натомість вони були покликани вплинути на свідомість людей таким чином, щоб утвердити у ній значущість групи — альтернативну іншим політичним силам, здатну, так би мовити, на здійснення реальних перетворень у суспільстві.

Другий феномен полягає у тому, що виборча кампанія СДПУ (о) засновувалася на використанні та експлуатації футбольної тематики, тобто була орієнтована на певне і досить широке електоральне поле, що не передбачало конкретної політичної ідеології. Суть третього феномену визначається масованим спрямуванням усіх наявних ресурсів на окремо взятий регіон України. Наприклад, політична сила «Громада» на чолі з Павлом Лазаренком була орієнтована винятково на Дніпропетровщину, СДПУ (о) на чолі з Віктором Медведчуком — на Закарпаття, ПСПУ на чолі з Наталією Вітренко — на Сумщину [3].

Фактично можна говорити про те, що саме на другому етапі у розвитку українського політичного міфу формується його регіональний аспект і так званий регіональний вектор у поширенні. Від цього часу і до сьогоднішнього дня спостерігається досить суттєва роль так званого регіонального політичного виборчого міфу. Його суть полягає у тому, що такий міф твориться спеціально для певного регіону і реалізується лише на його теренах. У свідомості представників інших регіонів цей міф асоціюється з регіоном своєї реалізації та стає його своєрідним символом і втіленням.

Характерною ознакою другого етапу в розвитку політичного міфу стала також наявність неординарної та досить новаторської виборчої технології, що була запропонована опозиційним виборчим об'єднанням «Громада». Ця політична структура першою створила у 1997 році тіньовий уряд, який представив свою, альтернативну існуючому політичному режиму виборчу кампанію і цілісну політику. Це була дійсно ефективна ідея, але її ініціатори не довели розпочату справу до логічного завершення, що могло б показати реальні кроки, можливі для опозиції, спрямовані на проведення і досягнення певних змін у суспільстві. Ця ідея залишилася на рівні теоретичному, не будучи переведеною хоча б частково у практичну площину.

Наступним — третім — етапом у розвитку українського політичного виборчого міфу є президентські вибори, які відбулися у 1999 році. Передусім яскраво вираженою особливістю цих виборів стало те, що під

час їхнього проведення відчувався і спостерігався особливо жорсткий контроль зі сторони державних органів влади насамперед за національними засобами масової інформації, поширеним було використання різноманітних механізмів владного впливу, так званого адміністративного ресурсу по всій вертикалі виконавчої влади, найрізноманітніших маніпулятивних технологій у засобах масової інформації. Загальний аналіз цих виборів дає підстави говорити про те, що на цьому етапі головним політичним інструментом стає використання саме політичного міфу як головного і найбільш ефективного виборчого засобу, який починає відігравати вирішальну роль у політичному процесу. Отже, на третьому етапі свого розвитку політичний міф поряд з іншими засобами досягнення влади певною політичною силою стає головним і демонструє наявність своїх власних механізмів функціонування.

Наприклад, яскравим свідченням дієвості і ефективності створеного політичного міфу про Леоніда Даниловича Кучму стало те, що на початку виборчої кампанії рейтинг кандидата в Президенти України Л. Д. Кучми відповідно до різних даних коливався в межах від 8 до 10%. Проте, незважаючи на це, Леоніду Кучмі вдалося отримати перемогу саме завдяки професійно створеному і вдало запровадженому на практиці політичному міфові про нього. В основі цього політичного міфу лежало насамперед правильно вибране позиціонування кандидата у Президенти України. В його основу політичні технологи поклали ідею про те, що головними конкурентами Леоніда Кучми були кандидати суто «лівого» спрямування, зокрема лідер Комуністичної партії України Петро Симоненко, які мали найвищий рівень підтримки у південно-східних областях України й Автономній Республіці Крим. З огляду на цю обставину виборчий штаб Л. Кучми зробив ставку на стратегію позиціонування у спектрі правоцентристської частини політичної системи, орієнтуючись на популярність серед виборців західних і центральних областей України.

Головним завданням національного політичного міфу про Леоніда Кучму було створити і запровадити у практичне життя так зване «перепозиціонування» іміджу свого кандидата, тобто зміна його попереднього образу у суспільстві. З огляду на те, що у 1994 році Леонід Данилович виграв вибори завдяки голосам, отриманим на Сході України та акцентування уваги на соціальних питаннях, треба було спрямувати вектор на інші регіони України. Передусім було застосовано своєрідне залякування виборців можливістю «червоного реваншу», тому для суспільства

пропонувався так званий вибір «найменшого з двох лих». Суть його полягала у тому, що єдиною альтернативою суто лівому кандидату може бути тільки Леонід Кучма, на що працювало не стільки сприйняття і підтримка його самого як майбутнього Президента України, скільки розуміння того, що не можна допустити до вищої влади у країні лівого кандидата. Ми погоджуємося з дослідником А. Толпиго, який вважає, що тоді Леонід Кучма фактично отримав перемогу за рахунок поєднання двох факторів: інтенсивної підтримки Заходу і нейтралітету решти регіонів [17, с. 133]. Таким чином, політичний міф про Леоніда Кучму творився на основі поєднання двох визначальних характеристик: врахування помилок минулої виборчої кампанії та максимального врахування запитів сучасного українського суспільства, його надій і сподівань, пов'язаних із майбутнім Президентом Української Держави.

Президентські вибори 1999 року також репрезентували ще одну новаторську політичну міфологічну технологію, яка на той час ще не набула належної практичної реалізації, але вже ствердилась в суспільстві як досить перспективна і багатообіцяюча. Мова йде про політичний міф так званої «канівської четвірки». У серпні 1999 року в місті Каневі чотири кандидати у Президенти України — Євген Марчук, Олександр Мороз, Олександр Ткаченко та Володимир Олійник, підписали угоду про взаємну підтримку під час виборів. Наприкінці виборчої кампанії ця угода передбачала відмову трьох кандидатів від участі у виборах на користь четвертого, того, хто мав би найбільші шанси на перемогу. По суті своїй сама ідея цього політичного міфу була досить цікавою, але творці цього міфу не змогли ефективно реалізувати його у практичному політичному житті.

Передусім це відбулося через один важливий недолік, суть якого полягала у тому, що до канівського об'єднання ввійшли політичні діячі, які стояли на різних політичних позиціях і діяли у різних секторах політичного простору. Так, суто «лівими» були Олександр Мороз та Олександр Ткаченко, «праві» позиції обстоював Євген Марчук, ідеологічно-нейтральним виявився Володимир Олійник. Тому реально об'єднатися представники різних політичних спектрів просто так не могли, через що цей політичний міф і не був втілений у життя. Водночас, велику негативну роль тут зіграли також особисті амбіції кожного з депутатів, у результаті цього четверо кандидатів не зійшлися на кандидатурі одного як свого єдиного представника й альтернативи Л. Кучмі. Враховуючи помилки цього політичного міфу, слід зауважити,

що він міг би бути ефективним і спрацювати, якби «канівська четвірка» представляла кандидатів зі спільним ідеологічним світоглядом, наприклад суто центристським, що для тогочасної України було найбільш оптимальним. У такому випадку їм би вдалося об'єднати навколо себе велику кількість прихильників і представити кандидата, здатного класти серйозну альтернативу Л. Кучмі.

Четвертий етап у розвитку українського політичного міфу засвідчений виборами до Верховної Ради України у 2002 році. Специфіка загального виборчого міфу, який притаманний цим парламентським виборам, полягає у наявності міфу про українську багатопартійність. Водночас, на основі цього міфу виник ще один — міф про ефективність блокування різних політичних сил, акцентування уваги на тому, що саме об'єднання зусиль політичних сил, їхнє гуртування на противагу розпорошенню і роз'єднанню діям здатні забезпечити їх подальшу ефективну роботу.

Крім того, характерною рисою цього періоду було те, що кожен партійний блок творив власний політичний міф, в основі якого лежав міф про свого лідера. Така риса була викликана і зумовлена персоналізованим характером виборчого процесу, який всіляко посилювався і поглиблювався. Наприклад, суто персоналізованими за своєю суттю стали виборчий блок Віктора Ющенка «Наша Україна», виборчий блок «За Єдину Україну!», блок Юлії Тимошенко, які пройшли в парламент. Усього 0,8% голосів для того, щоб подолати виборчий бар'єр не вистачило блоку Наталії Вігрєнко. Суттєве посилення тенденції до персоналізації української політики і відповідне зміщення акцентів уваги виборців із політичних програм на політичні іміджі зумовило виникнення міфів про конкретних особистостей. Саме останні стали головним здобутком цього періоду у розвитку українського національного виборчого міфу. Крім того, як виявилось, персоналізовані політичні міфи, тобто ті, які творяться навколо однієї визначальної особистості, виявилися найбільш ефективними і дієвими для українського політичного процесу.

Слід наголосити, що саме зростаюча персоналізація виборчого процесу, а й відповідно, особлива увага до творення і поширення міфів про певних політичних лідерів зумовили використання так званих «брудних» виборчих технологій із метою дискредитувати політика. Так, поширеним було застосування методу так званого «клонування партій», створення «партій-двійників», коли на противагу реально популярному політичному лідерові пропонувався штучно створений образ

його двійника. Наприклад, уперше цей метод був використаний під час парламентської виборчої кампанії 1998 року. Тоді у ній брала участь Прогресивна соціалістична партія України на чолі з Наталією Вітренко, що було створена за два роки до виборів (1996 року) як альтернативна сила і протипага до досить популярної на той час Соціалістичної партії України. Політичний міф про так званих «прогресивних соціалістів» був настільки добре розкручений, що партії вдалося потрапити до парламенту. Проте час довів штучний характер її створення, тому довго протриматися у політичному просторі вона не змогла, а політичний міф про неї виконав свою місію тільки під час виборів.

Подібний виборчий міф було створено і використано під час парламентської кампанії у 2002 році, коли на протипагу Комуністичній партії України на чолі з Петром Симоненком було створено політичні міфи про Комуністичну партію України (оновлену) і Комуністичну партію робітників і селян (КППС). Головна мета цих міфів полягала у відбиранні голосів у КПУ. Під час голосування ці дві новостворені політичні партії разом набрали майже 2% голосів, але свою функцію вони виконали, забравши частину електорату у КПУ. Загальновідомим і досить вражаючим прикладом політичного «клонування» стала спроба, хоч і невдала, Олександра Ржавського зареєструвати виборчий блок «За Ющенка!», який по суті покликаний був забрати голоси у реального політичного блоку Віктора Ющенка.

Створення політичних міфів про «двійників» і їх використання у виборчих кампаніях використовувалося також у мажоритарній частині держави. Так, експерти Українського незалежного центру політичних досліджень, аналізуючи вибори 2002 року, зробили висновок про те, що на 46 округах було висунуто кандидатів-двійників до реально діючих протягом тривалого часу політичних лідерів. Крім того, участь у цьому так званому політичному спектаклі взяло 119 осіб. Але політичні міфи про цих так званих «двійників» були досить слабкими, тому реально їх застосування дало результати тільки в окремих одномандатних округах.

Крім того, персоніфікація виборчого процесу посилила застосування під час нього «чорного PR», який набув особливого поширення у виборах 2002 року. Слід зауважити, що цій кампанії було притаманним застосування відвертого «чорного PR-у» в боротьбі з конкурентами. Тому доречним є говорити про виникнення і навіть домінування так званого «чорного» політичного міфу, який твориться і поширюється

конкурентами певного політичного діяча. Популярність «чорного» виборчого міфу була зумовлена передусім тим чинником, що процес формування політичного ринку відбувався швидше, ніж творення ринку товарів і послуг.

Певною мірою переломним п'ятим етапом у розвитку та еволюції виборчого політичного міфу стали президентські вибори 2004 року, зокрема та особливо події «помаранчевої революції». Тобі було остаточно підтверджено неефективність і недієвість попередніх існуючих засобів і методів ведення виборчих кампаній, постало питання пошуку нових технологій, виникла проблема творення суто модерних політичних міфів. Крім того, під час президентської виборчої кампанії було зроблено висновок про недоцільність і деструктивність використання чорного ПР і «брудних» технологій, а також використання політичного міфу суто як засобу маніпуляції електоратом.

Фактично в основі тогочасної виборчої кампанії лежав політичний міф про міжрегіональні суперечності та конфлікт між Сходом і Заходом. Так, Віктора Ющенка позиціонували як кандидата суто від Заходу України, а Віктора Януковича — від її східної частини. Про кожного було створено і поширено відповідні політичні міфи, які так глибоко були вкорінені у свідомість українського народу, що зрушити їх видавалося неможливим протягом кількох наступних років. Передусім в основі цих двох протилежних політичних міфів лежали аргументи на користь антагоністичності східного і західного регіонів України, наголос на суттєвих відмінностях у зовнішніх політичних питаннях, мовна політика, а також гострі культурно-історичні суперечності.

Своєрідним відкриттям президентської кампанії 2004 року став так званий поділ України на три категорії: Західна Україна, Центр із Закарпатською і Чернівецькою областями та Схід і Південь України. Політичні спекуляції та створення на їх основі міфів щодо регіональних відмінностей між Сходом і Заходом досягли свого піку, в результаті чого було створено політичний міф про можливу громадянську війну чи розкол України на дві держави на основі східних і західних територій. Тут велику позитивну роль зіграло те, що українські громадяни не повірили у достовірність цього політичного міфу, фактично не сприйняли його.

Загалом президентські вибори 2004 року засвідчили якісно новий етап у становленні та розвитку політичного виборчого міфу. Тут показником негативної функції політичного міфу як застосування його з

метою маніпуляції стало загострення протистояння між регіонами України до виявів крайнього ворожнечі. До цього часу існуючі між-регіональні відмінності на українських теренах проявлялися під час усіх виборчих кампаній, виявляючись у їхніх результатах. Але жодного разу на основі них не творився міф про так званий «розкол» України на Східну і Західну. Тож 2004 рік став трансформаційним у цьому плані, коли існуючі соціально-культурні відмінності між різними регіонами були переведені в ідейно-політичні та ідеологічні, у результаті чого на їх основі було створено суто антагоністичний політичний виборчий міф. При цьому широко застосовувався «чорний PR», який ще й трансформувався у реальну інформаційну війну. Набуло поширення так зване навішування «ярликів» з метою залякувати виборців тим, що у результаті приходу до влади того чи іншого кандидата слід боятися східним чи західним областям України. На основі цього твориться міф, яскраво вираженими елементами якого є залякування виборців, що врешті можна трактувати як таке явище, що виходить за межі дозволеного законом засобів агітації. Такий політичний міф мав би бути категорично заборонений відповідними органами державної влади, але саме міфічний характер цього феномену не дав змоги це зробити.

На завершальному етапі президентської кампанії 2004 року спостерігаємо творення і використання цілком нового для України типу політичного міфу, так званого «революційного». Політичні експерти та політологи-науковці до цього часу ведуть дискусії щодо того, чи можна вважати «помаранчеву революцію» результатом використання політичних технологій, зокрема ряду політичних міфів, чи вона засвідчила реальний масовий протест українського громадянського суспільства проти тогочасної владної системи. Очевидно, тут правомірним буде визначити так звану «золоту середину» в інтерпретації цього феномену. Загалом події, що відбулися в Україні у листопаді-грудні 2004 року стали виявом досить сильного і масово виявленого протесту українських громадян проти існуючої влади, але, слід наголосити, що цей протест був добре організований, наповнений певною політичною міфологією і спрямований у необхідному напрямку за допомогою використання політичних технологій, зокрема політичних міфів як однієї з головних серед них.

Помаранчева революція в Україні стала багато в чому подібною до революційних і масових виступів громадян у Сербії 2000 року та Грузії у 2003 році, що свідчить про використання подібних політич-

них механізмів, зокрема політичного міфу, в інших державах. Але при цьому обов'язково враховувалися особливості регіону, його політична специфіка, які значною мірою визначали специфіку самого міфу. Тут слід наголосити на тому, що така колосальна дієвість та ефективність політичних міфів стає можливою тільки за таких умов, коли суспільство готове їх сприйняти і діяти у відповідності до закладеного у них сценарію. Тобто, у суспільстві обов'язково повинен існувати суттєвий і відчутний розрив між очікуваннями громадян і соціально-економічною ситуацією, наявністю реальної кризи правлячої влади та легітимності діючого режиму. Тут уже йдеться про такі вагомні фактори, які породжуються попередньою тривалою діяльністю влади, стаючи основою для виступів суспільства і революційних подій. За відсутності таких умов жоден політичний міф не буде прийнятий суспільством і не дасть очікуваних наслідків. Жодні політичні міфи та технології за відсутності певного ґрунту й умов у самому суспільстві не здатні вивести людей на вулиці та повести на реальне протистояння з владним режимом. Прикладом цього є Білорусія, де більшість населення якщо не є повними прихильниками діючої влади на чолі з Олександром Лукашенком, то, принаймні, не заперечують його політичного курсу. Саме тому говорити про можливість тут явища, подібного до названих вище революцій, досить складно і фактично неможливо.

Шостий етап розвитку виборчого політичного міфу починається в Україні парламентськими і місцевими виборами 2006 року, які відбувалися на якісно нових засадах і принципах. Передусім показовим є те, що значно змінилися головні діючі персонажі — лідери виборів, — що зумовило появу і поширення зовсім нових персоналістських міфів. Другим чинником і показником є те, що результатом запровадження конституційної реформи та прийняття закону про пропорційну виборчу систему на всіх рівнях політичного життя значною мірою зросла роль політичних партій і міфів про них. Виникають так звані партійні політичні міфи, завданням яких є культивувати образ певної партії, а лідер тут постає як її символ. Третім показником цього етапу розвитку політичного виборчого міфу є посилення при його поширенні ролі та значення засобів масової інформації, які значно лібералізуються і демократизуються. Фактично ці показники залишаються притаманними політичному виборчому міфу і під час наступних кампаній, зокрема парламентських виборів 2007 року та президентських виборів 2009–2010 років.

Отже, можна говорити про те, що національний політичний виборчий міф розвивається та еволюціонує поступово, на кожному етапі набуває нових якостей і характеристик.

Список використаних джерел:

1. Арабаджиев Д. Ю. Політичний міф як фактор розвитку сучасної політичної свідомості: автореф. дис... канд. політ. наук: спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія»/Д. Ю. Арабаджиев. — К., 2006. — 18 с.
2. Артюх В. О. Природа національного міфу: історико-філософський контекст: автореф. дис... канд. філос. наук: спец. 22.00.01 «Історія філософії»/В. О. Артюх. — К., 2001. — 19 с.
3. Біденко А. І. Провокація як екстремальна електоральна технологія в Україні [Електронний ресурс] / А. Біденко. — Режим доступу: http://www.kandydat.com.ua/analitika/211_10.htm.
4. Буркут І. Г. Виборчі технології: регіональний досвід / І. Г. Буркут, О. В. Колесников. — Чернівці: Видавничий дім «Букрек», 2009. — 240 с.
5. Войтович В. Українська міфологія / В. Войтович. — Вид. 2-ге, стереотип. — К.: Либідь, 2005. — 664 с.
6. Грабовська І. М. Новітні міфи в процесі становлення сучасної української нації / І. М. Грабовська // Українська політична нація: генеза, стан, перспективи / Крисаченко В. С., Степико М. Т., Власюк О. С. та ін.; / [за ред. В. С. Крисаченка]. — К.: НІСД, 2004. — 648 с.
7. Эдмюллер А. Техники манипуляции. Распознавание и противодействие им. Рабочая тетрадь / А. Эдмюллер, Т. Вильгельм. — СПб.: Питер, 2007. — 80 с.
8. Кассирер Э. Политические мифы / Э. Кассирер // Реклама: внушение и манипуляции [ред.-сост. Д. Я. Райгородский]. — Самара: Бахрах-М., 2001. — 751 с.
9. Касьянов Г. В. Теорії нації та націоналізму: монографія / Г. В. Касьянов. — К.: Либідь, 1999. — 352 с.
10. Кочубей Л. О. Виборчі технології: політологічний аналіз на прикладі виборів до парламенту сучасної України / Л. О. Кочубей. — К.: Юридична думка, 2006. — 280 с.

11. Литвин В. Про сучасні політичні партії, їхніх прихильників та лідерів / В. Литвин // Політологічні читання. — 1992. — № 1. — С. 62–101.
12. Мадрига Т. Б. Особливості використання виборчих технологій у виборах до Верховної Ради України 2002 року / Т. Б. Мадрига // Гілея (науковий вісник): Збірник наукових праць. — К.: ВІРУАН, 2010. — Вип. 30. — С. 467–473.
13. Міфи України. За кн. Г. Булашева «Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах та віруваннях»: навч. посіб. / [пер. Ю. Буряка]. — К.: Довіра, 2006. — 383 с.
14. Мокан В. І. Технологічний ризик як складова оцінки ефективності виборчих технологій / В. І. Мокан // Гілея (науковий вісник): Збірник наукових праць. — К.: ВІРУАН, 2010. — Випуск 30. — С. 461–466.
15. Рюмкова О. Г. Политический миф: теоретические основания и современная политическая практика: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.01 / Рюмкова Оксана Геннадиевна. — М., 2004. — 152 с.
16. Телешун С. Ефективне управління і публічна політика як напрям реалізації політичної влади в умовах кризи / С. Телешун // Політичний менеджмент. — 2009. — № 2. — С. 35–45.
17. Толпыго А. Интерпретация президентских выборов 1999 года / А. Толпыго // Полис. — 1999. — № 6 — С. 129–134.
18. Український вибір: політичні системи ХХ століття і пошук власної моделі суспільного розвитку / [В. Ф. Солдатенко (керівник)]. — К.: Парламентське вид-во, 2007. — 576 с.
19. Шайгородський Ю. Політика: взаємодія реальності і міфу / Юрій Шайгородський. — К.: Знання України, 2009. — 399 с. — (Наукове видання).

Стаття надійшла до редакції 24.01.2013 р.

Черноус А. В. Генезис и эволюция украинского политического мифа. Исследуется политический миф, его генезис, развитие и динамика на разных этапах исторического бытия украинского народа. Ключевые слова: *политический миф, политический национальный миф, избирательная кампания, политический избирательный миф.*

Chornous A. V. Genesis and evolution of Ukrainian political myth.

The article examines the political myth, its genesis, evolution and dynamics at different stages of the historical existence of the Ukrainian people.

Keywords: *political myth, a political national myth, campaign, political election myth.*