

*The study of public diplomacy in Germany is extremely topical since Germany is one of the most developed countries, and the most influential (in terms of policy, diplomacy, economy, and demography) country of the European Union.*

*The practice of public diplomacy in Germany did not start immediately with the appearance of the term in 1965. Public diplomacy in Germany has been developing by its own traditions and only recently has become relatively independent of public diplomacy of the US.*

*One should also bear in mind that the "Public Diplomacy" term is almost never used as it is in Germany. However, some public diplomacy elements, such as the external representation, foreign cultural and educational policy, cooperation development initiatives, etc., have been used since the period of the establishment of the German Empire. Therefore, one can say that the German public diplomacy has passed a long way towards its development.*

**Key words:** *traditional diplomacy, public diplomacy, Twitter, Facebook, Internet, Web 2.0.*

**РЕЦЕНЗЕНТИ:** *Балабанов К.В., д.політ.н, проф.; Гаврилова Н.В., к.і.н, доц.*

УДК 321.02:328.9(045)

**Н.М. Хома**

### **ТЕЛЕ- ТА ІНТЕРНЕТ-ПОПУЛІЗМ (НА ПРИКЛАДІ ІТАЛІЙСЬКИХ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ)**

*Аналізуються теле- та Інтернет-популізм як характеристики сучасних партійних структур Італії. Порівнюються технології завоювання електорату двома партійними лідерами – С. Берлусконі та Дж. Грілло. Пояснено причини популярності популістичної риторики серед італійського електорату.*

**Ключові слова:** *популізм, теле-популізм, Інтернет-популізм, С. Берлусконі, Дж. Грілло, «Вперед, Італіє», «Рух п'яти зірок» (M5S).*

Проблематика популізму посідає одне з чільних місць серед сучасних політологічних досліджень. Це пов'язано з присутністю популізму у житті суспільства, як у теоретичній, так і практичній площинах. Актуальність теми для вітчизняної політичної науки аргументується вищою, ніж у середньому по європейських країнах популярністю тих партій, які оперують популістичною риторикою. Відповідно, задля адекватної протидії популізму потребують вивчення ті технології, у тому числі й комунікативні практики, які застосовуються сучасними популістами різних держав, зокрема Італії, котра пропонує чималий емпіричний матеріал для дослідження популізму.

В Україні напрацьований теоретико-методологічний аналіз популізму, а також проаналізована його практика у різних регіонах світу (В. Бурдяк, М. Дем'янюк, І. Кіянка, А. Литвин, І. Побочий, Т. Радь, А. Романюк, О. Стогова та ін.), але в частині популізму політичних партій та їх очільників в Італії тема є маловивченою (М. Светлакова), а тому вважаємо її перспективною для дослідження. Нашим завданням є аналіз змісту популістичної риторики двох партійних лідерів – широко відомого політика Сільвіо Берлусконі (лідера «Вперед, Італіє» (1994 р. створення; італ. Forza Italia), «Народ свободи» (2007 р. створення; італ. Il Popolo della Libertà, PdL)) та нової «зірки» італійського політикуму Джузеппе П'єро «Беппе» Грілло («Рух п'яти зірок» (2009 р. створення; італ. Movimento 5 Stelle, M5S)). Ми спробуємо пояснити причини успіху

кожної з політичних сил, а також дослідити ті методи, які були використані для просування своїх гасел. Такий аналіз вестиметься нами через призму двох технологічних видів популізму – теле- та Інтернет-популізму. Телебачення та Інтернет як комунікаційні канали обрані нами не випадково, адже уособленням першого є телемагнат Берлусконі, а другого – найвідоміший італійський блогер Грілло, які не лише діють різними методами, але й охоплюють різні сегменти електорату.

У повсякденному розумінні популізм негативно маркований і сприймається як тотожний демагогії або ж маніпуляції свідомістю. Основними підходами до його інтерпретації є розуміння як: 1) політичної риторики; 2) стилю політики. Перший підхід міститься в сфері етики, а другий – у сфері технологій. Вочевидь, популізм є рухом, який апелює до народу, протиставляючи себе рівною мірою існуючим структурам влади та домінуючим у суспільстві ідеям і суспільним цінностям. Популізм трактує народ як своєрідну цілісність через протиставлення правлячій еліті; народ у розумінні популістів – це ті, хто не належать до еліти, широкі маси «простих», що потерпають від дій «небагатьох». Критика правлячої верхівки при цьому набуває антисистемного характеру.

У системі моральних цінностей популізму світ часто виступає у дихотомічному форматі, поділений на «біле» та «чорне». У цьому контексті «добро» ототожнюють із народом, який є своєрідним еквівалентом суспільства, носієм особливих і незмінних позитивних цінностей. «Зло» головно пов'язане з державною бюрократією, правлячою елітою, яка відірвалася від народу та збагачується за його рахунок. У більшості випадків популізм апелює до універсальних понять: справедливості, солідаризму, віри, порядку тощо, пропонує кілька простих, легко зрозумілих, однак надто загальних гасел і цілей замість відпрацьованої конкретної програми дій. Суспільний ідеал популізму – спільнота, яка опирається на засади братерства та солідаризму, інтегрована навколо харизматичного лідера, між яким і народом не повинно бути жодних посередників.

У суспільстві завжди є частина людей, яка прагне швидких і простих рішень. Цей відсоток стрімко зростає, коли ситуація (найперше, економічна) в країні погіршується. Популізм апелює до тих, хто опинився у скрутному становищі, характеризується протестним потенціалом і незадоволеній діями правлячої еліти. Як зазначає А. Романюк, «популізм є своєрідним індикатором зростання суспільного незадоволення, яке не здатне вже вміститися в традиційні форми і межі політичної участі, що пропонує демократичне суспільство, і відповідно потребує нових форм виявлення для того, щоби влада «почула» народ» [5].

Якщо характеризувати в цілому західноєвропейські популістські сили, то вони загалом схильні до націоналістичної ідеології та риторики; критично ставляться до ЄС, намагаються послабити вплив глобалізаційних процесів на їхні країни; гостро критикують масову імміграцію як загрозу традиційним європейським цінностям і культурі [3, с. 23]. Ці особливості загалом наближають популістів до табору правих радикалів, що дає деяким дослідникам підстави вважати, що популізм і правий радикалізм є різновидами однієї ідеології, а відмінність між ними має радше кількісний (популісти схильні до менш радикальних рішень), ніж якісний характер. Проте, на відміну від правих радикалів, популісти загалом позитивно ставляться до демократії та електоральних процедур (праворадикалам властиве переконання у рятівних можливостях авторитаризму). Популісти у боротьбі за владу використовують демократичні інститути, вважають завжди саме волю громадян основою своєї легітимності.

Останнім часом в житті західноєвропейських держав тенденційно популярні політичні сили лідерського типу з популістськими програмами. Але в Італії така тенденція аж ніяк не є тільки політичною модою, а радше традицією: щоразу, як національна партійна система зазнає краху, громадська думка починає схилитися до

популістського політика (на початку 1920-х років – Б. Муссоліні, в середині 1990-х – С. Берлусконі, сьогодні – Дж. Грілло). На тлі заходів жорської економії в політиці акцентуються популістичні мотиви, висування на передній план харизматичних особистостей, які мають підмінити собою ті інститути, які вони представляють. За словами колишнього лідера італійської лівоцентристської Демократичної партії В. Вельтроні, «демократія ризикує бути витіснена популізмом і технократією» [11]. К. Холодковський звертає увагу, що «на зміну надзвичайно яскраво вираженій двопартійності прийшла система поперемінного приходу до влади двох коаліцій – правоцентристської і лівоцентристської, за наростання популістських тенденцій» [7].

Від проголошення республіки (1861 р.) італійський капіталізм і політичний істеблішмент були корумпованими, пов'язаними таємними товариствами; зв'язок між політичним класом і організованою злочинністю має багаторічні традиції. Тому закономірно, що сучасне італійське суспільство – спільнота, розчарована в політиці та політиках. Українським є авторитет державних інституцій через бюрократизм, корумпованість, переплетення чиновництва зі світом мафіозності та криміналітету. Для італійців характерні відсутність активного інтересу до політичних конфігурацій, часом відверта зневага до істеблішменту, абсентеїзм. Таким чином, важливою передумовою успіху популістів в Італії можна вважати скепсис багатьох громадян щодо традиційних партій, які не ототожнюються зі реальними проблемами та інтересами громадськості.

За результатами соціологічного опитування Соціального центру ім. Піо Ла Торре, проведеного на початку 2015 року серед молоді, 52% респондентів переконані, що мафія сильніша за уряд, а у держави з кожним роком зменшуються шанси на перемогу над мафією. 9 з 10 опитаних переконані у тісних зв'язках між організованою злочинністю та політикою, а також у тому, що мафія уже давно проникла в органи влади [4]. Низька довіра до влади відображається у електоральній пасивності, наприклад, на регіональних виборах-2015 середня явка виборців – 52,2% (а це майже на 13% менше, ніж на попередніх регіональних виборах). Такий показник підтвердив уже тенденцію італійців своїм абсентеїзмом демонструвати розчарування в ефективності політичних інститутів.

Яскравим проявом новітнього західноєвропейського популізму є політична діяльність Берлусконі та його партії «Вперед, Італія!» – лідерської, вождистської організації, абсолютно залежної від свого харизматичного лідера. Партія поєднала антикомуністичну риторику, частково – націоналізм (апеляція до «національної гордості» італійців тощо) з ліберальною програмою в економічних питаннях [3, с. 26]. Берлусконі у боротьбі за владу використав властиві середнім верствам італійського населення «антиетатистські» установки, давню традицію радше негативного ставлення до державного апарату. Вважається, що для багатьох італійців ухилення від сплати податків не є аморальним, і успіх у нелегальній «грі» з державою сприймається як те, чим можна пишатися. Можливо, такий погляд є певним перебільшенням, проте деякі специфічно італійські реалії це відображає [6, с. 88].

Винятково велику роль у популярності «Вперед, Італія!» відіграли ЗМІ, які були у власності самого Берлусконі. Методи Берлусконі традиційно називають «телепопулізмом» [10]. В умовах хронічної політичної нестабільності, постійних урядових криз зросла політична індиферентність населення, що і було успішно використано Берлусконі, «антипартійна партія» якого апелювала до виборців із міркуваннями в дусі, «що корисного «простій людині» від цих продажних партій» [3, с. 23]. Загалом вождизм, уміле маніпулювання підконтрольними ЗМІ, апеляція до почуттів «простого італійця» були популістськими ознаками «Forza Italia». До того ж у програмі в традиційній популістській манері сполучалися традиційно праві (націоналістичні) акценти з ліберальною економічною програмою.

На останніх парламентських виборах 2013 р. Берлусконі проводив традиційну політичну кампанію, фокусуючись на телебаченні як основному каналі контакту з виборцями. Він з'являвся на усеможливих ток-шоу, на всіх каналах, включаючи три власні. Основною аудиторією традиційно були люди старшого віку та домогосподарки, для яких не властивий Інтернет-активізм. Первинно ігноруючи Інтернет, Берлусконі, однак поза його бажанням фігурував у «світовій павутині», де провокативні висловлювання на політичних ток-шоу потрапляли у Мережу, поширювалися та обговорювалися. Відверті спроби Берлусконі підкупу мільйонів виборців за допомогою листів<sup>1</sup> породили хвилю пародій та Інтернет-мемів.

Популістський лідер Берлусконі, безпосередньо звертаючись до громадськості, не соромлячись вдавався до різного роду вульгаризмів, щедро роздавав обіцянки, що виконувалися лише частково (завжди була причина-перешкода: економічна ситуація, опозиція, ЄС). Але навіть популістична риторика не допомогла урятувати політичну репутацію на тлі численних скандалів, помножених на неспроможність приборкати наслідки економічної кризи 2008-2009 рр.

Не можна констатувати, що на сьогодні Берлусконі ігнорує Інтернет: сторінку політика у Facebook станом на кінець 2015 р. уподобали близько 780 тис. читачів, і близько 36 тис. читачів у Twitter. Вочевидь, команда політика намагається бути в тренді, долучаючи Берлусконі до інтерактивної комунікації, але вираженою є класична орієнтація насамперед на телебачення, а також – пресу.

Якщо Берлусконі опирався на силу телебачення, то Грілло сконцентрувався на Інтернеті як основній формі контакту з виборцями. Його антиполітична партія розглядала традиційні ЗМІ (насамперед, телебачення та пресу) класичними інструментами «істеблїшменту». Партія «M5S» приписувала Інтернету майже месіанські якості, говорячи про нього як про майбутнє демократії. При цьому не враховувалося, що станом на 2013 рік в Італії близько 20 млн осіб не були Інтернет-користувачами.

Історія майбутнього успіху була закладена ще у 1986 р., коли генуезький комедіант Грілло пожартував про корупцію в соціалістичній партії. Фактично, він публічно висловився про багатьом відомі процеси, але його жарт цензурували та заборонили показувати по телебаченню. Це лишень додало настрою Грілло у боротьбі з істеблїшментом, але якщо на початках майданчиками для боротьби були театральні підмурки та частково інші ЗМІ, то розвиток Інтернету став для Грілло вирішальним. Блог (<http://www.beppegrillo.it/>) уможливив організацію заходів, обговорення, і поступово прихильники Грілло ставали дедалі політично активнішими.

Символічним днем стало 08.09.2007 р., коли був організований рух (охопив 220 міст) із нецензурною назвою «Vaffanculo», спрямований проти істеблїшменту. Грілло під час цих подій звертав увагу, що не планує створювати нову партію, але хоче зліквідувати існуючі (його політику ще часто називають «антиполітикою»). «M5S» як рух спершу справді не позиціонувався як партія (став такою у 2009 р.). Стартувавши з 5% на початку 2011 р., партія «M5S» на дострокових парламентських виборах 24-25.02.2013 р. набрала 25,55 % голосів на виборах до Палати депутатів (108 місць) і 23,79% на виборах у Сенат (54 місця). На регіональних виборах 31.05.2015 р. «M5S» отримала друге місце (близько 18,4% голосів). Виборцям імпонувала висунута Грілло вимога рішучої зміни всієї політичної еліти за широкого використання методів прямої демократії.

---

<sup>1</sup> Політик розіслав мільйонам виборців листи, схожі на офіційні, обіцяючи їм компенсацію податку на нерухомість. Цей прийом вдався – багато літніх навіть йшли на пошту за відшкодуванням податку.

Партія «M5S» увійшла у владу як рух проти політичного істеблішменту. Такий рух з'явився тоді, коли народ перестав миритися з переплетінням корупції, криміналу та істеблішменту в італійській політиці. Вимога більшої прозорості політики в Італії залишається основною причиною, чому партія «M5S» отримала стільки голосів. Вона виразила очікування багатьох людей, розчарованих політичною системою. Партія «M5S» визнана популістською не дивлячись, що її представники ніколи не використовували слово «народ», а їх аудиторією й електоратом є радше не прості люди: відсоток осіб із низьким рівнем освіти малий, а відсоток Інтернет-користувачів – максимальний [2]. «M5S» особливо популярний серед секулярних громадян і непопулярний серед віруючих, що не узгоджується з уявленнями про те, що політики популістського кшталту в основному популярні серед простих людей, віруючих, довірливих і не надто освічених [8, с. 100, 102].

Медіа-стратегія, обрана Грілло, не дозволяла учасникам «M5S» давати інтерв'ю італійським ЗМІ (тільки іноземній пресі), брати участь у ток-шоу, які проходять у Італії щовечора. За порушення цих правил партійців виключали з організації. Кампанія Грілло виключала традиційні медіа, за винятком деякого використання радіо, а його ідеї широко обговорювалися в ток-шоу (як ідеї Берлусконі – в Інтернеті). Грілло змусив ЗМІ слідувати його тематиці, викладаючи на своєму Інтернет-TV відеозаписи, які вони використовували, а також ведучи свій блог, який часто цитувався. Цей метод можна порівняти з компанією Б. Обами в 2008, коли використовувалися онлайн-канали, щоб обійти традиційні американські ЗМІ.

Справжнім нововведенням в кампанії Грілло був його успіх у використанні Інтернету для об'єднання та координації зусиль активістів на місцях. Фактично Грілло не так сконцентрувався на Інтернеті самому по собі, а новизна була в тому, як поєднувалася в роботі місцевих організацій дії в онлайн і офлайн. Грілло постійно спонукав своїх прихильників до діалогу – як у Мережі, так і на «живих» зустрічах.

Розширення соціальної бази руху відбувалося за таким механізмом: спершу зацікавлені читали блог Грілло; заходили на сайт із розкладом місцевих заходів; долучалися до дискусій на місцевому форумі; згодом – ішли на реальний (а не віртуальний) мітинг, лише організований через Інтернет. Так симпатии вливалися у практичну політичну діяльність. Але для активістів «M5S» Інтернет не став заміною живого спілкування, а лише помічником і доповненням.

Грілло вважають не лише найвідомішим італійським блогером, а й «найгарячішим європейським політиком». Лише на Facebook на його офіційну сторінку підписані понад 1 млн 850 тис. Інтернет-користувачів, а додатково створено десятки відкритих і закритих спільнот із тисячами учасників у кожній. Ще ширше використовується потенціал Twitter: блог Беппе читають (підписані) 1 млн 950 тис. користувачів.

Свою перемогу у 2013 р. на парламентських виборах Грілло називає лишень початком світової революції. На думку політика, сучасна політична система рухається до краху, насамперед завдяки Інтернету, який підриває світову корупцію та підробну демократію. Тобто, за Грілло, процес уже запущений і він пропонує новий світ, бо стара система більше не спрацьовує (про це свідчить гігантський зовнішній борг). В одному з інтерв'ю Грілло заявляв про масштабність майбутньої італійської революції, яка буде потужнішою за «Арабську весну»: «Ми, італійці, не хочемо нічого так сильно, як обрати чесних людей до керівництва країною: нормальних людей, прямолінійних і чесних. Кампанії, які хочуть розвиватися, не будуть дивитися за межі Італії. Ми зараз працюємо на майбутнє ділової Італії, щоб воно було чесним, успішним і професійним. Ми вкажемо на фахівців, які займуть потрібні нам позиції, замість позицій політиків, коханок, дружин і друзів друзів. Інтернет уможливає це» [1].

«M5S» аргументує свої позиції тим, що держава стала відокремленою від пересічних громадян, конституція не працює, а витрати на утримання держави перевищують принесену нею користь. Серед новацій, ініційованих партією: 1) оплата праці парламентаріїв має бути як середня зарплатня по країні; 2) політичні дискусії мають стати доступними для всіх громадян за допомогою Інтернету та прямої трансляції громадських зібрань; 3) законопроекти мають бути представлені в Мережі протягом трьох місяців, перш ніж будуть розглянуті, щоб громадяни могли їх прокоментувати; щоправда незрозуміло, чи достатньо цих коментарів, щоб внести зміни до цих проектів чи недопустити зупинити їх прийняття, але така ідея своєрідного громадського краудсорсингу актуалізується (і вже реалізується) у багатьох державах; 4) паламент має бути зобов'язаний розглянути законопроекти, висунуті за народною ініціативою; це має зробити парламент відкритішим для пересічних громадян, хоча вплив останніх навряд зросте, позаяк економічна влада залишатиметься у бізнес-еліти, що впливає на світ політики.

Грілло висловлюється за те, щоб вибори до парламенту та громадських комітетів проходили онлайн, що уможливить участь кожного у житті країни. За словами політика: «Ми зробили Французьку Революцію без гільйотин. Ми принесемо на вибори демократію». Грілло особливу увагу привертає до проблеми зовнішнього боргу Італії, а тих, хто допустив це в дусі популістичної риторики називає «зłodіями, дилетантами і паразитами, які зруйнували країну» [1].

Італійські популісти завше зверталися до болючої теми безробіття, запевняючи у баченні розв'язання ситуації. До безробітних «M5S» апелює: «У нас є план, на якому усе базується. І все буде гарантовано. І вже зараз» [1]. В основі реформи ринку зайнятості M5S пропонує реформування корпоративних законів: простий акціонер (а не рада директорів) вирішуватиме, для прикладу, якою буде оплата праці менеджерів.

Успіх Грілло на виборах лише на перший погляд може пояснюватися вмільм використанням соціальних мереж. Дослідники [9] цього несподіваного успіху звертають увагу, що головна причина успіху цього неоруху – втома Італія від свого правлячого класу, а блог Грілло відіграє роль кафедри, з якої розноситься загальнонародний настрій. Антиелітарна риторика руху стала тим поштовхом, який привів «M5S» до раптового успіху. З гаслами руху погоджувалися й погоджується більшість – від Інтернет-підприємця, який не міг знайти стартовий капітал для бізнесу, до напівписьменного безробітного, який не має доступу до Інтернету. Справжні причини перемоги руху є соціальними, а не віртуальними: суспільство обурене та втомилося від свого правлячого класу.

Якщо опорою Берлусконі є контроль над телебаченням, то силу Грілло становить його популярність серед користувачів Інтернету. Вибрані способи комунікації дозволяють охопити відмінну аудиторію електорату, але успіх (принаймні на виборах) у підсумку залежить саме від вмілього використання популістичної риторики, яка б відповідала очікуванням потребууючої змін громадськості.

#### Список використаної літератури

1. Бро Э. Беппе Грилло: Это война и мы победим [Электронный ресурс] / Э. Бро. - Режим доступа : <http://www.metronews.ru/novosti/beppe-grillo-eto-vojna-i-my-pobedim/Трорнді---ОХдмпR7осDvY> ; Бро Е. Beppe Grillo: Eto vojna i my pobedim [Elektronnyy resurs] / E. Bro. - Rezhim dostupa : <http://www.metronews.ru/novosti/beppe-grillo-eto-vojna-i-my-pobedim/Трорнді---ОХдмпR7осDvY>
2. Д'Ерамо М. Популизм и новая олигархия. Часть 2 [Электронный ресурс] / М. Д'Ерамо. – Режим доступа : <http://gefter.ru/archive/10446> ; D'Eramo M. Populizm i novaya oligarkhiya. Chast 2 [Elektronnyy resurs] / M. D'Eramo. – Rezhim dostupa: <http://gefter.ru/archive/10446>

3. Кіянка І. Популізм у країнах Західної Європи: кінець ХХ – початок ХХІ ст. / І. Кіянка // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2015. – Вип. 27. – С. 22-27 ; Kiiianka I. Populizm u krainakh Zakhidnoi Yevropy: kinets XX – pochatok XXI st. / I. Kiiianka // Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektvyu rozvytku. – 2015. – Vyp. 27. – S. 22-27

4. Опрос по-итальянски: Мафия сильнее государства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://nedelya-ua.com/opros-po-italyanski-mafiya-silnee-gosudarstva> ; Opros po-italyanski: Mafiya silnee gosudarstva [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : <http://nedelya-ua.com/opros-po-italyanski-mafiya-silnee-gosudarstva>

5. Романюк А. С. Історія західних політичних вчень : політичні доктрини ХХ – початку ХХІ ст. / А. С. Романюк. – Київ : Знання, 2011. – С. 192-205 ; Romaniuk A. S. Istoriiia zakhidnykh politychnykh vchen : politychni doktryny XX – pochatku XXI st. / A. S. Romaniuk. – Kyiv : Znannia, 2011. – S. 192-205

6. Функе Х. Новый правый популизм в Европе : сравнительный анализ политических партий и движений / Х. Функе, Л. Ренсманн // Актуальные проблемы Европы. Правый радикализм в современной Европе. – 2004. – № 2 : Правый радикализм в современной Европе. – С. 74-98 ; Funke Kh. Novyyu pravyyu populizm v Yevrope : sravnitelnyu analiz politicheskikh partiy i dvizheniy / Kh. Funke, L. Rensmann // Aktualnye problemy Yevropy. Pravyyu radikalizm v sovremennoy Yevrope. – 2004. – № 2 : Pravyyu radikalizm v sovremennoy Yevrope. – S. 74-98

7. Холодковский К. Трудная перестройка итальянской политической системы [Электронный ресурс] / К. Холодковский // Вестник Европы. – 2014. – № 40-41. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/vestnik/2014/40/20h.html> Kholodkovskiy K. Trudnaya perestroyka italyanskooy politicheckoy sistemy [Elektronnyy resurs] / K. Kholodkovskiy // Vestnik Yevropy. – 2014. – № 40-41. – Rezhim dostupa : <http://magazines.russ.ru/vestnik/2014/40/20h.html>

8. Corbetta P. Il partito di Grillo / P. Corbetta, E. Gualmini. – Bologna, 2013. – 244 p.

9. Pettersson A. Berlusconi and Beppe Grillo: tv against the internet in Italy? [Электронный ресурс] / А. Pettersson. – Режим доступа : <https://eucomm.wordpress.com/2013/05/24/berlusconi-and-beppe-grillo-tv-against-the-internet-in-italy/>

10. Taggart P. Populism / P. Taggart. – Birmingham, 2000. – PP. 73-88.

11. Veltroni V. Occhio: crolla tutto [Electronic resource] / V. Veltroni // L'Espresso. - Mode of access : <http://espresso.repubblica.it/dettaglio/veltroni-occhio-crolla-tutto/2170215>

Стаття надійшла до редакції 07.11.2015 р.

**N. Khoma**

#### **TV- AND INTERNET-POPULISM**

##### **(ON THE EXAMPLE OF THE ITALIAN POLITICAL PARTIES)**

*There are analysed TV- and Internet-populism as the features of modern party structures of Italy. Technologies of winning the electorate by two party leaders – S. Berlusconi and G. Grillo are compared. There are explained the reasons of populist rhetoric popularity among the Italian electorate.*

*It is emphasized that in the last few decades in the life of Western European countries there became traditionally popular political leadership forces with populist programs. However, in Italy this trend is not only a political fashion but also a tradition: every time the national party system is failing, public opinion begins to lean towards populist politicians (in the early 1920s' – B. Mussolini, in the middle 1990s' – S. Berlusconi, nowadays – G. Grillo). In the article attention is drawn on the fact that despite the austerity measures in politics, populist motives are activated, charismatic personalities, who have to substitute the institutions they represent, are set to the forefront. Scepticism of many citizens regarding traditional*

*parties, which are not identified with the real problems and interests of public, is determined in the article as prerequisite for success of populists in Italy.*

*As manifestation of modern Western European populism in the article there are determined the political activities of the party «Forza Italia» of S. Berlusconi and «Movement of Five Stars» of G. Grillo. There are given reasons that the exceptional thing for popularity of «Forza Italia» is the role of mass-media, owned by the «TV-populist» S. Berlusconi. Attention is attracted to the fact that S. Berlusconi relied on the power of television, while «Internet-populist» G. Grillo focused on the Internet as the main form of contact with the voters. Ways of communication, elected by the politicians, allowed reaching different electorate audiences, but success (at least at the elections), finally, depended on the skilled use of populist rhetoric, which matched expectations of the public.*

**Key words:** *populism, TV-populism, Internet-populism, S. Berlusconi, G. Grillo, «Forza Italia», «Movement of Five Stars» (M5S).*

**РЕЦЕНЗЕНТИ:** *Грідіна І.М.* д.і.н, проф.; *Трофименко М.В.*, к.політ.н, проф.

УДК 32.02:01.8(47)

**Ch. Yuskiv**

#### **“FROZEN CONFLICTS” IN EUROPE: HISTORICAL EXPERIENCE OF ORIGIN AND MANAGEMENT**

*The theme of research is extremely relevant as political and crafts, and scientific and theoretical aspects. The so-called “frozen conflicts” are among the toughest challenges to Black Sea regional security, as well as to the national interests of several post-Soviet states. They include the Nagorno-Karabakh conflict between Armenia and Azerbaijan, the conflicts of Abkhazia and South Ossetia in Georgia and the Transnistrian conflict in Moldova. A conflict in the east of Ukraine, obviously, will not be solved in the short term, and after a series of escalation, it will enter the stage of frozen. “Frozen” and controlled by Moscow conflict, that will flare up, then die away, will allow Russian Federation effectively adjust the foreign policy vector of Kyiv.*

*The conflicts vary in scope, history and management options, but are structurally similar. Contributing factors, such as weakness of states, economic depression and external support are in place in each of the conflicts. Moreover, they create similar threats for the national security of Azerbaijan, Georgia and Moldova. Artificially “frozen” or de-escalated, none of the conflicts have been fully resolved. Along with traditional geopolitical challenges, they are also sources of transnational threats.*

*Modern internal conflicts result from differences in identity within societies. This pluralism can be of any nature, but mostly it is either ethnic or ideological. Most current theories of ethnic conflict assume that managing ethnic/ideological differences is better than eliminating them. With 285 politically active minority groups inhabiting just about 200 states, ethnic problems are inevitable. Combined with ideological, religious and internal political differences, they provide a broad basis for various types of internal political conflicts. Given the effects of globalization and growing interdependence on a global scale, it is not possible to solve the problems of identity by eliminating ethnic, religious and ideological diversities either through genocide or ethnic cleansing or by artificially constructing an isolated homogeneous society. This leaves policymakers with the only option of managing, not eliminating, the differences.*