

– М. : Praksis, 2001. – 256 s.

6. Mizes L. Liberalizm v klassicheskoj tradicii / L. Mizes [per. s angl. V.Semcov]. – М. : “Nachala–Press”, 1994. – 190 s.

7. Fuko M. Intellektualy i vlast': Izbrannye politicheskie stat'i, vystupleniya i interv'ju / M.Fuko [per. s fr. S.Ch. Ofertasa]. – М. : Praksis, 2002. – 384 s.

8. Habermas Ju. Demokratija. Razum. Nrvstvennost' / Ju. Habermas [per. s nem. A. Mihajlov, V.Kononov]. – М. : Nauka, 1992. – 176 s.

9. Horkhajmer M., Adorno T.V. Dialektika prosveshhenija. Filosofskie fragmenty / M.Horkhajmer, T. V. Adorno [per. s nem. A.Zaklevich]. – М., S–Pb. : Medium–Juventa, 1997.

10. Russell B. Power: A New Social Analysis / B.Russell. – L. : Routledge Classics, 2004. – 288 p.

**Костыря И. А.** кандидат политических наук, заведующий кафедрой международных отношений, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина, Киев), som\_org@ukr.net

#### Общественное мнение и коммуникативные источники власти

Статья посвящена научному исследованию проблем власти и ее зависимости от общественного сознания. Основываясь на философском наследии Юргена Хабермаса, автор размышляет над взаимодействием коммуникативной и административной власти, в ходе которой и реализуется концепт общественного мнения. Исследование призвано продемонстрировать коммуникативную основу современной политики. В ходе исследования нами было подчеркнуто неоднозначность и противоречивость понятия “общественное” мнение. Показано, что это понятие может быть искусственно насаженным социологами для описания общей калькуляции индивидуальных взглядов. Общественное мнение определяется как обобщение, то которое демонстрирует общие взгляды определенной социальной группе или классу. Доказано, что мнение общественности – это позиция большинства, основная функция которой генерализация взглядов других членов социальных масс. Выделены три основных направления административного воздействия власти на общественное мнение: контроль поведения избирателей; инструментализация правового дискурса; культурная, экономическая, политическая и национально–этническая пропаганда; искусственное расширение дискурсивного поля и приумножение общественных проблем для обсуждения.

**Ключевые слова:** власть, общественное мнение, коммуникация, политика, коммуникативная власть, административная власть, инструментализация, контроль.

**Kostyrya I. A.**, PhD in Political Science, Head of International Relations of Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine, Kiev), som\_org@ukr.net

#### Public opinion and the communication power source

This article is devoted to scientific research of the power and its dependence on the public consciousness. Based on the philosophical heritage of Jurgen Habermas, author reflects about the interaction of communicative and administrative power in the course of which the concept of public opinion is realized. The research aims to show the communicative basis of modern politics. In the study, we have emphasized the ambiguity and inconsistency of the concept of “public” opinion. It is shown that this concept can be artificially planted by sociologists to describe the overall costing of individual views. Public opinion is defined as a generalization, demonstrating the common vision of a particular social group or class. It is proved that public opinion – is the position of the majority, the main function of which is generalization of views of other members of the social masses. Three main areas of administrative power influence on public opinion: control the behavior of voters, instrumentalization of legal discourse, cultural, economic, political, and national and ethnic propaganda, the artificial expansion of the discursive field and increasing social problems for discussion.

**Keywords:** power, public opinion, communication, politics, communication power, administrative power, instrumentalization, control.

\* \* \*

УДК 323.2+316.422.42

**Косьмій О. М.**

кандидат політичних наук, старший викладач кафедри соціально–гуманітарних дисциплін, Інститут кримінально–виконавчої служби (Україна, Київ), helen.suprunenko@gmail.com

#### СТАНОВЛЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО КОНСЬЮМЕРИЗМУ

Розглядаються передумови становлення і функціонування політичного консьюмеризму. За допомогою загальнонаукових методів (аналізу та синтезу, індукції і дедукції) було з'ясовано основні причини виникнення консьюмеризму та дано визначення вказаному феномену. Встановлено, що основним підґрунтям зародження консьюмеризму є розвиток виробництва, поширення інформаційних технологій і, як наслідок, формування суспільства споживання. У даному

дослідженні політичний консьюмеризм розглядається у широкому значенні, що передбачає і політично вмотивовану споживчу поведінку і власне перетворення політики на об'єкт споживання (використання політичних цінностей, ідей, рішень та державних послуг індивідом). Зазначається, що у політичній сфері консьюмеризм формується у рамках демократичних ідей на фоні бюрократизації політичної діяльності. Основними наслідками розвитку даного феномену є руйнування класичних партійних структур, індивідуалізація політичної активності, розуміння політичної сфери як такої, що спрямована на забезпечення функціонування соціуму.

**Ключові слова:** політичний консьюмеризм, демократія, суспільство споживання.

Сучасний політичний процес характеризується розширенням своїх меж, проникненням у всі сфери суспільного життя, що спричинено популяризацією демократичних ідей, і передбачає формування активної громадянської позиції. У даному контексті важливо констатувати інтеграцію політичної, економічної та культурної сфер, тому феномен консьюмеризму, що першопочатково зародився у економічній сфері споживання товарів і послуг, поступово починає проникати і до політичної діяльності.

Становлення суспільства споживання з соціальної та філософської точок зору досліджували: М. Вебер, Т. Веблен, Г. Зіммель, Е. Фром, Г. Маркузе, Ж. Бодріяр. Політичні аспекти консьюмеризму розкривали у своїх працях У. Беннетті, Р. Далтон, Дж. Карен. Серед вітчизняних науковців, варто відмітити роботи Н. Лікарчук, С. Пшизової, В. Торяника. Не зважаючи на те, що проблеми формування суспільства споживання почали розкриватись у науковій літературі ще на початку ХХ ст., на сьогодні залишається недостатньо вивченими питаннями визначення особливостей політичного консьюмеризму.

Метою даної статті є аналіз основних причин виникнення та функціонування політичного консьюмеризму у сучасному суспільстві.

Слід зазначити, що термін консьюмеризм виникає у другій половині ХХ ст. і має два значення. По–перше, це рух громадян за розширення прав споживачів та посилення їх впливу на продавців і виробників. У другому значенні – це специфічний тип відносин, що формує особливу культуру суспільства споживання [1, с. 385]. На думку Я. Габрієля, консьюмеризм постає явищем надзвичайно складним і багатовимірним, а саме як: а) моральна доктрина для розвинених країн, б) ідеологія явного (наочного) споживання, в) економічна ідеологія глобального розвитку, г) політична ідеологія, д) суспільний рух на захист прав споживачів [2, с. 8–9].

Консьюмеризм як політична течія передбачає використання методів політичної боротьби. Зокрема, він означає споживачську поведінку, вмотивовану політично. Тобто це ситуація, коли громадяни намагаються впливати на політичні партії, політиків, уряди, парламенти, організовуючи масові кампанії покупки або, навпаки, відмови від купівлі будь–яких політичних товарів чи послуг. Крім цього, “політичним консьюмеризмом називають політичну поведінку, або політичне споживання” [3, с. 160]. У даному випадку мова йде про ставлення громадян до політики як сфери, в якій виробляються товари та послуги (нехай і специфічні), в будь–якому випадку вони підлягають такому ж обміну, як і на комерційному ринку [3, с. 161].

У нашому дослідженні ми будемо розглядати політичний консьюмеризм у широкому значенні, що передбачає його розуміння і як політично вмотивованої спо-

живчої поведінки, і як споживання політичних цінностей, ідей, рішень та державних послуг.

Формування політичного консьюмеризму пов'язане з розвитком виробництва, інформаційних технологій та становленням суспільства споживання. Останнім часом спостерігається примноження інформації та способів її передачі. Однак, не зважаючи на її доступність, засвоєння останньої вимагає значних витрат часу та інших ресурсів. Сформована таким чином ситуація невизначеності пов'язана з відсутністю даних про майбутні результати дій, що відбуваються у теперішньому часі. Неможливість прийняття раціональних рішень з боку пересічних громадян змушує їх наслідувати інші принципи поведінки – орієнтація на громадську думку та звички. Класики теорії суспільства споживання наголошують, що, шукаючи орієнтири у соціально-політичному житті, особистість знаходить їх, перш за все, у злитті з масою (процес гомогенізації) та у підміні істинної громадсько-політичної активності й особистої самореалізації консьюмеризмом (соціальним споживачтвом) [4, с. 63].

З огляду на модель ментальності споживання Ж. Бодрієра споживання політики через спостереження детермінується очікуванням дива: масова публіка вірить в те, що їхні позитивні характеристики є знаками (чи, як іноді кажуть, “сигналами”) передбаченого “Великого задоволення, тотального достатку, останньої радості остаточно врятованих чудом” [5, с. 12].

Перетворення політики на об'єкт споживання означає те, що від неї чекають не стільки розв'язання реальних проблем, докорінних, переломних здійснень, скільки виробництво символів, що б надало унікальну політичну ідентичність учасникам суспільства, які фактично втратили політичну суб'єктність та вимушені у більшості випадків залишатися мовчазними спостерігачами та анонімними виборцями [6, с. 148], все більшої ваги набувають засоби масової комунікації. При цьому сучасна політична журналістика намагається трансформувати стиль подачі інформації у напрямку надання особливого значення видовищності, візуалізації та персоналізації. Значну увагу почали приділяти особистому життю політиків, пошукам сумнівних фактів у їх поведінці. У політичній журналістиці спостерігається концентрація на персонажах, а не на процесах і структурах, що свідчить про загальне зниження її аналітичного рівня [7, с. 121]. Політичні телепередачі оцінюються громадянами у категоріях “сподобалось – не сподобалось”, “вражає – не вражає”, а самі ці ток-шоу є продуктами інформаційної сфери і розцінюються як товар, що продається на телевізійному ринку.

Через розширення мережі ЗМІ досить складно стало утримувати монополію на політичну інформацію. Відтак, якщо раніше для того, щоб щось дізнатись про політичні процеси потрібно було бути членом політичної партії (що передбачає відвідування відповідних зібрань та доступ до партійної преси), то на сьогодні політична інформація сама знаходить шлях до кожної оселі через телебачення та електронні ЗМІ. Таким чином, політичні партії з часом втрачають монополію на формування громадської думки, що, у свою чергу, руйнує структуру партії.

Більшість сучасних дослідників відмічають таку характерну тенденцію: на даний час політичні процеси

розвиваються в напрямку занепаду політичних партій у тому класичному вигляді, в якому вони існували донедавна. Уже ускладнюється функціонування масових партій, а їх поділ за соціальними, класовими та іншими ознаками стає все більш розмитим. З іншого боку, практично в усьому світі знижується активність виборців, що також пов'язано з неможливістю партії виражати інтереси значної кількості виборців, а відмінність між ними стає все менш відчутною [6, с. 252]. При цьому, за результатами соціологічних досліджень, людина суспільства споживання є особою активно, товариською і виявляє інтерес до багатьох сторін життя [8, с. 295]. Тому, вона відтепер віддає перевагу не залученню до різних політичних структур, а особистій політичній боротьбі: участі у політичних акціях, що покликані вирішити конкретну соціально-політичну проблему і не передбачають єдності поглядів її учасників щодо інших суспільних питань. Консьюмеристи позитивно ставляться до таких дій, як вуличні демонстрації, але особливо вірять в ефективність індивідуальних зусиль у вигляді електронних звернень, петицій, політично вмотивованого споживання. Прикладом такої активності можуть слугувати навіть споживчі бойкоти, що передбачають політично вмотивоване обмеження споживання певних товарів або послуг. За своєю суттю вони є ненасильницькими методами протесту, що застосовуються у вирішенні різних соціальних та політичних проблем. М. Фрідман пропонує класифікувати форми бойкоту за ступенем зростання войовничості: 1) бойкоти, що вимагають обговорення певних дій (action-considered boycotts); 2) бойкоти, що вимагають певної дії (action-requested boycotts); 3) бойкоти, що вимагають певної організації дій (action-organized boycotts); 4) бойкоти, які передбачають конкретні дії – демонстрації та загороджувальні пікети – з метою надання розголосу й стимулювання дій бойкоту (action-taken boycotts) [9, с. 145].

Другим підґрунтям політичного консьюмеризму є демократичні ідеї, а саме виборність органів державної влади. У межах представницької демократії громадяни обирають осіб для здійснення управлінських функцій. Посадові особи тут розглядаються як інструмент для забезпечення та поліпшення власного існування. Принцип суверенітету народу передбачає ставлення до політики як “слуги держави”, і якщо останній не справляється з покладеними на нього функціями то народ залишає за собою право висловити недовіру. Тому, проводячи аналогію з ринком товарів та послуг, при демократичному політичному режимі громадяни мають можливість ніби “повернути” обраний ними товар. При феодалізмі та класичній монархії народ не міг змінити освяченого традицією главу держави, тому поняття як імпичмент не може функціонувати у недемократичних системах.

У політичній площині консьюмеризм допускає переважаний стан недовіри до державних структур та установ, що передбачає трансформацію останніх. Таким чином, внаслідок змін у матеріальній сфері соціуму знає революційних трансформацій і соціально-економічна структура: відносно жорсткі, ієрархічно організовані соціальні інститути змінюються гнучкими, адаптивними і горизонтально зорієнтованими соціальними мережами, через які й здійснюються владні відно-

сини та обмін ресурсами [9, с. 98]. Перевага надається персональній ситуативній участі у тому чи іншому політичному процесі відповідно до цілей та проблем сьогодення. Індивід більше не бажає бути частиною чогось великого цілого, підкорюватись загальній ідеології, а прагне самостійно будувати власну картину політичної дійсності.

Третьою причиною формування політичного консьюмеризму є критика бюрократії, яка наголошує на тому, що у більшості випадків державні чиновники зорієнтовані на вирішення власних інтересів, а також експансію надання ними державних послуг. Бюрократичні організації розглядаються як неефективні, недієві і витратні, а також характеризуються скрупульозним дотриманням інструкцій, рутинним стилем роботи та надмірно розширеним штатом. Відтак, сучасне суспільство характеризується недовірою до державних установ і прагне за можливості вирішувати свої питання не звертаючись до держави.

Крім цього, з метою подолання недоліків бюрократичної моделі державного управління сформувався концепція державного менеджменту. У межах даної концепції передбачається впровадження в діяльність органів державної влади принципів відкритої ринкової конкуренції, що перетворює політичну сферу у своєрідний ринок, де громадяни можуть отримати державні послуги, а також за рахунок свого голосу “купити” політика, який має відстоювати інтереси. Саме через цю аналогію економічного та політичного консьюмеризму прокрадається до сфери державного управління. Діяльність уряду починає оцінюватись з точки зору його результативності, ефективності та економності. Також передбачається скорочення кількості державних службовців і бюджетних видатків на утримання органів державного управління.

Водночас, у державному секторі існують обмеження консьюмеризму і можливостей вибору. Зокрема, природа окремих державних послуг суттєво відрізняється від приватних, а саме тих, які передбачають відносини примусу: охорона правопорядку (міліцейське обслуговування, патрулювання), забезпечення соціальної безпеки та ін., а тому безальтернативно вимагає застосування затримання або арешту. У даному випадку громадськість неможливо розглядати у ролі клієнтів, а тому в них немає можливостей вибору в міліцейському обслуговуванні. Арештовані та жертви злочину не можуть розглядати себе клієнтами, а громадяни не мають права вибирати “послуги” з охорони правопорядку [11, с. 117]. Проте сучасне інформаційне суспільство передбачає розширення державних послуг та трансформацію способів їх надання. Електронні адміністративні послуги є перспективним видом електронної взаємодії між учасниками політичного процесу. Становлення системи електронного урядування, одним із елементів якого є надання електронних державних послуг, характеризувалось наголошенням на таких його перевагах як: відкритість та прозорість діяльності державного органу, усунення громадян від безпосереднього контакту з державними службовцями та значне заощадження часу.

У цілому, виокремлюють чотири види надання електронних державних послуг: 1) інформування (надання безпосередньо інформації про державні послуги); 2) одностороння взаємодія (можливість користувачу

отримати електронну форму документа); 3) двостороння взаємодія (можливість обробки електронної форми документа, включаючи ідентифікацію); 4) проведення трансакцій (електронна реалізація можливостей прийняття рішень та їх доставка) [12, с. 337]. Слід відмітити, що сам термін “послуга” передбачає процес не управління та керівництва, а власне споживання певних нематеріальних благ.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що основними засадами виникнення політичного консьюмеризму є розвиток інформаційного суспільства, становлення демократичних ідей та критика бюрократії. Формування споживацького ставлення до політичної сфери призводить до руйнування партійних структур, індивідуалізації політичної активності, розуміння політичної сфери як такої, що спрямована на забезпечення функціонування соціуму. Перспективами дослідження даної проблематики є визначення особливостей політичного консьюмеризму в сучасному українському суспільстві.

#### Список використаних джерел

1. Косьмій О. М. Філософський аналіз впливу консьюмеризму на особистість злочинця / О. М. Косьмій // “Сучасна наука – пенітенціарній практиці”. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Київ, 2013. – С. 385–388.
2. Gabriel Y., Lang T. The Unmanageable Consumer / Y. Gabriel, T. Lang. – Sage Publications Ltd, 2006. – 232 p.
3. Лікарчук Н. В. Політичний консьюмеризм як форма вияву політичної активності / Н. В. Лікарчук // Гуманітарні студії: зб. наук. праць. – 2010. – Вип. 7. – С. 157–164.
4. Соловійова А. С. Ризики формування суспільства споживання у сучасній Україні / А. С. Соловійова // Наукові праці. Політичні науки. – 2012. – Вип. 185. – Том №197. – С. 63–66.
5. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; пер. с франц. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
6. Торяник В. М. Політичний консьюмеризм як результат маркетингової боротьби в контексті послаблення партійного активізму / В. М. Торяник // Вісник національної академії ім. Ярослава Мудрого. – 2011. – № 9. – С. 247–254.
7. Торяник В. М. Маркетингова орієнтація як системотвірний чинник сучасного політичного процесу / В. М. Торяник // Грані. – 2011. – №6 (80). – С. 121–124.
8. Зоська Я. В. Особливості споживацьких установок населення України за умов інформаційного суспільства // Соціальні технології. Актуальні проблеми теорії і практики. – 2011. – № 4 (51). – С. 294–302.
9. Торяник В. М. Споживчий бойкот як інструмент політичного консьюмеризму / В. М. Торяник // Грані. – 2011. – № 4 (78). – С. 144–148.
10. Набрusco І. Соціокультурні особливості споживчої поведінки як категорії соціологічного аналізу / І. Набрusco // Психологія і суспільство. – 2012. – № 3. – С. 95–100.
11. Соловійов В. М. Новий державний менеджмент як напрям реформування державного управління у Великій Британії / В. М. Соловійов // Держава та регіони. Сер. Держ. упр. – 2010. – Вип. 3. – С. 114–119.
12. Косьмій О. М. Електронні державні послуги як засіб комунікації громадянського суспільства і держави / О. М. Косьмій // Восьмі юридичні читання. Правові проблеми взаємодії влади і громадянського суспільства: матеріали Міжнародної наукової конференції (10–11 жовтня 2012 р.) / ред. кол. В. П. Андрущенко [та ін.]. – К., 2012. – С. 336–339.

#### References

1. Kosmii O. M. Filosofs'kyu analiz vplyvu kons'yumeryzmu na osobysty' zlochynsya / O. M. Kos'miy // “Suchasna nauka – penitentsiarniy praktytsi”. Materialy Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi konferentsiyi. – Kyiv, 2013. – S. 385–388.
2. Gabriel Y., Lang T. The Unmanageable Consumer / Y. Gabriel, T. Lang. – Sage Publications Ltd, 2006. – 232 p.
3. Likarchuk N. V. Politychnyy kons'yumeryzm yak forma vyvavu politychnoyi aktyvnosti / N. V. Likarchuk // Humanitarni studiyi. Zb. nauk. prats'. – 2010. – Vyp. 7. – S. 157–164.

4. Solovyova A.S. Ryzky formuvannya suspil'stva spozhyvannya u suchasniy Ukraini / A.S. Solovyova // Naukovi pratsi. Politychni nauky. – 2012. – Vyp. 185. – Tom №197. – S. 63–66.

5. Bodryyyar Zh. Obshchestvo potreblenyya. Eho myf'i y struktury / Zh.Bodryyyar; per. s frants. – M.: Respublyka; Kul'turnaya revolyutsyya, 2006. – 269 s.

6. Toryanyk V.M. Politychnyy konsumerizm yak rezul'tat marketyzatsiyi politychnoyi borot'by v konteksti poslablennya partiynoho aktyvizmu / V.M. Toryanyk // Visnyk natsional'noyi akademiyi im. Yaroslava Mudroho. – 2011. – №9. – S. 247–254.

7. Toryanyk V. M. Marketynhova oriyentatsiya yak systemotvirnyy chynnyk suchasnoho politychnoho protsesu / V. M. Toryanyk // Hrani. – 2011. – № 6 (80). – S. 121–124.

8. Zos'ka Ya.V. Osoblyvosti spozhyvat'skykh ustanovok naselennya Ukrainy za umov informatsiynoho suspil'stva // Sotsial'ni tekhnolohiyi. Aktual'ni problemy teorii i praktyky. – 2011. – № 4 (51). – S. 294–302.

9. Toryanyk V. M. Spozhyvchyy boykot yak instrument politychnoho konsumeryzmu / V. M. Toryanyk // Hrani. – 2011. – № 4 (78). – S. 144–148.

10. Nabrusko I. Sotsiokul'turni osoblyvosti spozhyvchoyi povedinky yak katehoriyi sotsiolohichnoho analizu / I.Nabrusko // Psykholohiya i suspil'stvo. – 2012. – №3. – S.95–100.

11. Solovyov V. M. Novyy derzhavnyy menedzhment yak napryam reformuvannya derzhavnoho upravlinnya u Velykiy Brytaniyi / V.M. Solovyov // Derzhava ta rehiony. Ser. Derzh. upr. – 2010. – Vyp. 3. – S. 114–119.

12. Kosmii O. M. Elekronni derzhavni posluhy yak zasib komunikatsiyi hromadyans'koho suspil'stva i derzhavy / O.M. Kos'miy // Vos'mi yurydychni chytannya. Pravovi problemy vzyemodiyi vlady i hromadyans'koho suspil'stva: materialy Mizhnarodnoyi naukovoї konferentsiyi (10–11 zhovtnya 2012 r.) / red. kol. V. P. Andrushchenko [ta in.]. – K., 2012. – S. 336–339.

**Kosmii O. M.**, PhD in political Science, senior lecturer, Chair of socio-humanitarian disciplines Institute of Criminal–Executive Service (Ukraine, Kyiv), helen.suprunenko@gmail.com

#### Formation of Political Consumption in Modern Society

*The modern political process is characterized by its extending, entering all spheres of social life due to the regulatory function and also to the spreading of democratic ideas in order to form an active public position. The purpose of this article is to analyze the main causes of appearing and peculiarities of political consumption functioning in modern society. In our research we have used the general scientific methods of analyses and synthesis, induction and deduction. The political consumption is considered here in its wide meaning and includes both politically-motivated consumptive behaviour and consuming of political values, ideas, decisions and state services. We should notice that political consumption appears on the basis of the development of communication technologies and mass media means; democratic ideas and bureaucracy criticism. It provides both politically-motivated consuming of goods and services and transfer of political values, ideas and state services.*

**Keywords:** political consumption, democracy, society of consuming.

**Космий О. М.**, кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Институт криминально-исполнительной службы (Украина, Киев), helen.suprunenko@gmail.com

#### Становление политического консьюмеризма

*Рассматриваются предпосылки становления и функционирования политического консьюмеризма. С помощью общенаучных методов (анализа и синтеза, индукции и дедукции) было выяснено основные причины возникновения консьюмеризма и дано определение указанному феномену. Установлено, что основной зародок консьюмеризма является развитие, распространение информационных технологий и, как следствие, формирования общества потребления. В данном исследовании политический консьюмеризм рассматривается в широком смысле: предусматривает и политически мотивированный потребительское поведение, и собственно преобразование политики в объект потребления (использование политических ценностей, идей, решений и государственных услуг индивидом). Отмечается, что в политической сфере консьюмеризм формируется на основе демократических идей и на фоне бюрократизации политической действительности. Основными последствиями развития данного феномена является разрушение классических партийных структур, индивидуализация политической активности, понимание политической сферы как таковой, что направлена на обеспечение функционирования социума.*

**Ключевые слова:** политический консьюмеризм, демократия, общество потребления.

\* \* \*

УДК 321.01

**Криворучко О.**  
магістр політології, Національний університет  
"Києво–Могилянська Академія" (Україна, Київ),  
krivoruchko@i.ua,

**Рибак В.**  
магістр політології, Національний університет  
"Києво–Могилянська Академія" (Україна, Київ),  
locodarffin@gmail.com,

**Ярославцева Є.**  
магістр політології, Національний університет  
"Києво–Могилянська Академія" (Україна, Київ),  
yaroslavtseval@ukr.net

#### ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА В ДИСКУРСАХ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ І РОСІЇ

*Проведено аналіз дискурсів президентів України та Росії щодо зовнішньої політики України (інтеграції до Євросоюзу або до Митного союзу) протягом періоду з 25 лютого 2010 року до 10 листопада 2013 року, спираючись на теорію дискурсу Е. Лаклау і Ш. Муффа. У висновках автори демонструють взаємозв'язаність дискурсів президентів України та Росії, наявність чіткого діалогу між політиками та динаміку його змін.*

**Ключові слова:** дискурс-аналіз, зовнішня політика України, В. Янукович, В. Путін, Д. Медвєєв.

Найбільшим простором для формування дискурсу, без сумніву, є владні відносини. У них завжди багато акторів, кожен із яких формує власний горизонт сенсів, власний життєвий світ. Особливо цікавими у цьому відношенні є міжнародні відносини, які є хаотичнішими за своєю природою, аніж владні відносини всередині держави – тому і поведінка акторів характеризується багатовекторністю та різноплановістю. Відповідно, простір для формування дискурсів ширший.

Не виникає сумнівів стосовно того, що протягом останніх чотирьох років перед Україною постав дуже важливий вибір: у якому напрямку рухатись, до Євросоюзу, чи ж до Євро-Азійського союзу. Відповідальною за вибір є поточна влада, тому формування дискурсів потрібно шукати у її діяльності.

Будь-яка діяльність має офіційну та неофіційну сторону. Ми не мали змоги досліджувати неофіційні, "кулуарні" відносини та дискурси, які там формувались, але офіційна діяльність – є цілком відкритою. Дане дослідження присвячене тому, яким чином формуються дискурси у євроінтеграції України, а також у реакції Російської Федерації на цю політику – аби сформувати уявлення про те, якими бачить шляхи інтеграції влада.

Для дослідження дискурсів зовнішньої політики у промовах президентів будемо застосовувати дискурс-аналіз, який є лише одним із соціально-конструктивістських підходів, але його особливо широко використовують на практиці [1, с. 23]. У цій роботі ми будемо спиратися на теорію дискурсу Е. Лаклау і Ш. Муффа.

*Аналіз промов Президента України  
за період 25.02.2010 – 10.11.2013*

Напрямок зовнішньополітичних відносин держави задається чинною владою. У свою чергу зовнішньополітичний дискурс у найбільш концентрованому вигляді може виражатися у промовах Президента України, як глави держави та єдиної посадової особи, яка може виступати від її імені [5]. Звичайно, промови – не єдине