

17. Kun T. *Struktura nauchnyh revoljucij* / T. Kun. – М.: «AST», 2003. – 605 s.

18. Lakatos I. *Falsification and the Methodology of Scientific Research Programmes*, 1970. Lakatos I. *Fal'sifikacija i metodologija nauchno-issledovatel'skih programm* / I. Lakatos. – М., 1995 // *Centr gumanitarnyh tehnologij*. – 23.12.2011. [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4369> – Nazvanie s jekrana. – Data obrashhenija: 08.09.2015.

19. Buzan B. *People, States and Fear. An Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era* / B. Buzan. – New York; London, 1991. – 398 p.

20. Starodub T. *Teorija kompleksu bezpeky: mozhyvosti vykorystannja dlja formuvannja spil'noi strategii rozvytku Chornomors'kogo regionu* / T. Starodub // *Strategichna panorama*. – 2009. – №4. – S. 63–71.

21. Buzan B., Wæver. O. *Regions and Powers. The Structure of International Security* / B. Buzan, O. Wæver. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 564 p.

22. Buzan B., Wæver. O., Wilde J. *Security: a new framework for analysis* / B. Buzan, O. Wæver, J. Wilde. – Colorado: Lynne Rienner Publishers, Inc., 1998. – 239 p.

23. Walt S. *The Renaissance of Security Studies* / Walt S. // *International Studies Quarterly*. – Vol.35. – No.2. – June 1991. – P.211–239.

24. Little R. *International Regimes* / R. Little // Baylis J., Smith S. and Owens P. *The Globalization of World Politics: An Introduction of International Relations*, 6th ed. – New York: Oxford University Press, 2014. – 648 p.

Marchuk V. P., *candidate of philosophical sciences (PhD), Dean of Faculty of International Relations and Romano-Germanic philology, PJSC «Higher education institute «Kyiv Academy for Humanities» (Ukraine, Kyiv), vpMarchukka@ukr.net*

Evolution of the interpretation of international order as a concept by epistemic communities

The conceptual peculiarities of studying of transformations of international order were covered on the base of analysis of new theoretical researches in a sphere of security studies and determination of possibilities of applying of methodological tools for interpretation of institutional practices of the key actors of a contemporary international relations system. A vision of a structure of international order and problems of world politics by epistemic communities is based prior on reflectivist approach which empowers to create preconditions of appearance of new trends in a sphere of international security studies generating close dialectic relationship between theory and political reality. Applying of the methodological tools of social constructivism and mathematical analysis empowers not only to interpret a character of interactions between actors but also to model possible changes in a balance of powers in certain circumstances in a concrete region or at the world as a whole.

Keywords: international order, epistemic communities, security studies, neorealism, reflectivist approach, social constructivism, classical theory of regional security complex, games theory.

Марчук В. П., *кандидат философских наук, декан факультета международных отношений и романо-германской филологии, ЧАО «Высшее учебное заведение «Киевская гуманитарная академия» (Украина, Киев), vpMarchukka@ukr.net*

Эволюция понимания концепта «международный порядок» эпистемологическими сообществами

На основании анализа новых теоретических разработок в сфере исследований вопросов безопасности и определения возможностей использования методологического инструментария для интерпретации институциональных практик главных акторов современной системы международных отношений раскрыты концептуальные особенности изучения трансформаций международного порядка. Видение эпистемологическими сообществами структуры международного порядка и проблем мировой политики основывается преимущественно на рефлексивистском подходе, который предоставляет возможность создания предпосылок для появления новых тенденций в сфере исследования международной безопасности, характеризующихся наличием тесной диалектической связи между теорией и политической реальностью. Использование методологического инструментария социального конструктивизма и математического анализа позволяет не только интерпретировать природу взаимодействий между акторами, но и моделировать возможные изменения в балансе сил при определенных условиях в конкретном регионе или мире в целом.

Ключевые слова: международный порядок, эпистемологическое сообщество, исследования вопросов безопасности, неorealism, рефлексивистский подход, социальный конструктивизм, классическая теория комплекса региональной безопасности, теория игр.

* * *

УДК 316.77

Шиманова О. В.,
кандидат політичних наук, доцент кафедри
гуманітарних дисциплін, Львівський державний
університет фізичної культури (Україна, Львів),
olga_shimanova@mail.ru

ЭФЕКТИВНОСТЬ КОМУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОЛИТИКЕ

Проанализованы количественные и качественные критерии эффективности коммуникативных стратегий в политике. Эффективность коммуникативной стратегии определяется достижениями запланированных результатов и целей, повязанных с изменением установок или поведением получателя. Качественные критерии признаются правильно сформулированным влиянием на эмоциональную сторону целевой аудитории и учетом внешнего и внутреннего контекста. Количественные критерии измеряются с использованием медиаанализа.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия в политике, политическая коммуникация, коммуникативная эффективность, медиаанализ.

Значення політичної комунікації в епоху активного розвитку інформаційно-комунікативних технологій невідносно зростає, а тому виникає необхідність визначення критеріїв її ефективності і результативності. Адаже ефективність політичної комунікації, а значить і реалізації комунікативної стратегії, визначатиметься не лише успішною реалізацією етапів комунікації, а й отриманням бажаної реакції цільової аудиторії у вигляді зміни політичних установок, цінностей орієнтації, дій чи поведінки.

Метою даної статті є визначення та аналіз критеріїв ефективності комунікативних стратегій в політиці.

Дослідження проблеми ефективності комунікативних стратегій в політиці займалися О. Паршина, К. Калінін, М. Зімін, С. Денисюк, М. Кольчинські та інші.

Відсутність комплексного дослідження ефективності комунікативних стратегій в політиці спонукала до їх виявлення та аналізу.

Дослідження політичної комунікації було започатковано на початку ХХ століття. І якщо в підходах до розуміння поняття «політична комунікація» на пострадянському просторі фігурує здебільшого три основних визначення, запропонованих Ж.–Р. Шварценбергом, Л. Паям та Л. Посікером, то в Західній Європі їх є значно більше:

– автором соціологічного підходу є британський соціолог політики М. Руш, який політичну комунікацію розумів як процес передачі політично важливої інформації від одного до всіх інших елементів політичної системи з наступною циркуляцією цієї інформації між політичною та суспільною системами;

– британський теоретик Р. Негрін – автор медіознавчого підходу – політичну комунікацію розглядав з точки зору змістового наповнення засобів масової інформації, оскільки саме зміст, на його думку, є індикатором відносин між політичними акторами, впливу тих чи інших акторів на засоби масової інформації, індикатором поділу отримувачів і взаємодій між політиками як джерелом інформації та ЗМІ;

– системний підхід Дж. Блумлера та М. Гуревича, які запропонували аналізувати політичну комунікацію крізь призму функціонально-структуральної теорії. Для них політична комунікація – це система, що складається з чотирьох основних елементів: політичних інститутів у комунікаційному аспекті, медійних інституцій в їхньому політичному аспекті, публічності ЗМІ, що орієнтується на політичну комунікацію та важливих аспектів політичної культури;

– американські дослідники Р. Дентон та Г. Вудворд дійшли висновку, що політична комунікація присутня у всіх формах політичної активності і є допоміжним засобом для зміни, встановлення чи артикуляції позицій, поглядів і думок, що були представлені під час публічних дискусій;

– Р. Перлоф запропонував так званий «золотий трикутник політичної комунікації», який творять лідери, мас-медіа і громадяни, обмінюючись думками, визначаючи значення повідомлень, що стосуються публічних справ [7, с. 142–154].

Г. Лассуелл – представник політологічного підходу в комунікології, у 1948 році розробив класичну парадигму комунікації, що базується на послідовних запитаннях: хто передає, що передає, по якому каналу, кому і з яким результатом. Давши відповіді на ці запитання, можна отримати основні змінні процесу комунікації, в тому числі і комунікації політичної. Таким чином, політична комунікація – це особливий тип комунікації, що відбувається між двома і більше сторонами (виборцями, громадянами, формальними та неформальними групами, об'єднаннями громадян, громадськими організаціями, об'єднаннями і рухами, політичними партіями, лобістськими структурами, органами державної влади і місцевого самоврядування, регіональними, міждержавними і міжнародними організаціями), між якими існують суб'єктно-суб'єктні відносини. При цьому одна зі сторін обов'язково виступає ініціатором передачі повідомлень, що містять політичну чи політично значиму інформацію, з використанням засобів масової інформації, формальних і неформальних каналів для досягнення певних політичних цілей і результатів. Реалізація політичної комунікації може відбуватись відповідно до заздалегідь продуманої стратегії, що включає довгострокові цілі політичних суб'єктів, спрямовані на зміну політичних орієнтацій, установок і цінностей цільової аудиторії з використанням маніпулятивних технологій та різноманітних комунікативних каналів, в тому числі і засобів масової інформації. А досягнення запланованих цілей та результатів є прямим свідченням ефективності комунікативної стратегії та політичної комунікації.

Результати комунікації проявляються у змінах установок, знань чи поведінки отримувача. Зазвичай до результатів політичної комунікації, як і комунікації в цілому, відносять сприйняття (розуміння реципієнтом повідомлення комунікатора) та зворотній зв'язок (реакція отримувача на повідомлення, що показує, як він його почує, побачив чи зрозумів). Саме зворотній зв'язок надає комунікації трансакційного характеру, дозволяє сторонам обмінятися думками; він виступає орієнтиром для наступного повідомлення і дає оцінку ефективності комунікації.

Результат є невід'ємним компонентом процесу політичної комунікації, оскільки будь-яка дія в політичному просторі обов'язково містить інформаційно-комунікаційну складову і може спричинити зміни в поведінці отримувача. Тому ефективною комунікацією для відправника є лише той комунікаційний акт, який призвів до очікуваних змін у поведінці реципієнта. У випадку неочікуваних змін – для відправника комунікація хоч і має результати, але є неефективною.

Відповідно можна говорити про прямі (безпосередні) і непрямі (опосередковані), довготривалі та короткотривалі результати (наслідки) політичної комунікації.

Прямі наслідки безпосередньо відповідають свідомим діям і очікуванням суб'єкта від процесу комунікації і проявляються у зворотній реакції об'єкта у вигляді певних дій (його активності/пасивності, діяльності/бездіяльності, участі/неучасті) та прийнятті відповідних рішень.

Проте досить часто повідомлення потрапляє і до інших груп, окрім цільової, причому відправник це робить несвідомо і нецілеспрямовано. Це призводить до непрямих наслідків, які спричиняють зміну співвідношення сили чи політичної ваги основних політичних акторів (посилення або послаблення одного з акторів у політичній системі держави чи на міжнародній арені). Наприклад, результатом міжпартійної комунікації може стати падіння чи підвищення рейтингу/довіри серед населення її учасників; владна комунікація може вплинути на міжнародний престиж держави.

Короткотривалість чи довготривалість результатів політичної комунікації визначається їх часовою тривалістю. Як правило, короткотривалі наслідки розраховані на найближчу перспективу, наприклад, політична комунікація в період передвиборчої кампанії однієї з політичних партій чи когось із кандидатів може бути ініційована з метою визнання результатів виборів недейсними. Довготривалі результати діють упродовж довшого періоду часу і можуть слугувати платформою для підготовки партії чи кандидата до наступних виборів.

Ну думку М. Зіміна, ефективність комунікативної стратегії в політиці визначається такими факторами, як: характеристика цільової аудиторії (за демографічними показниками, рівнем політичної свідомості, наявністю інтересу до політики, ступенем політичної інформованості) та зміст повідомлень. Очевидно, що використовувані для передачі інформації канали можуть визначальним чином впливати, як на цільову аудиторію, так і на весь процес комунікації [2].

С. Денисюк, здійснивши комплексний аналіз комунікативного виміру політики, прийшла до висновку, що існує цілий ряд чинників, які комунікатор повинен враховувати при передачі політичної чи політично значимої інформації, оскільки від них залежатиме отримання очікуваного результату [1, с. 120–124].

1. Специфіка національного менталітету та національного життя (національний склад цільової аудиторії, наявність відокремлених національних груп, особливості національних цінностей, характеристика національних відносин та національного життя).

2. Показники соціально-економічного розвитку на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях.

3. Зовнішньополітичні пріоритети дозволяють тій чи іншій політичній силі/кандидату/політику сегментувати цільову аудиторію, адресуючи їй конкретні повідомлення/послання.

4. Політичний режим визначатиме не лише можливість самостійного політичного волевиявлення комунікаторів та комунікантів, але й ступінь використання адміністративного ресурсу.

5. Законодавчі норми стосовно діяльності політичних суб'єктів, що особливо важливо в період проведення передвиборчих кампаній.

6. Характеристика домінуючого типу еліт, включаючи рівень їх політичної культури, механізми відбору, вплив на суспільство.

7. Наявність діаспори, яка справлятиме вагомий вплив на політичну комунікацію в період проведення виборчої

кампанії, результативність якої визначатиметься кількістю отриманих голосів виборців.

8. Критерії оцінювання політиків/кандидатів/представників політичних партій – це ті універсальні якості, на основі яких цільова аудиторія здійснюватиме оцінку комунікатора.

9. Географічні та кліматичні чинники впливатимуть на розробку та реалізацію ситуативної політичної комунікації, а також можуть складати зміст передаваної інформації (як у випадку доріг в Україні).

10. Гендерні та соціокультурні традиції враховуються при розробці комунікативних стратегій, пов'язаних з формуванням іміджу політика чи політичної сили.

11. Релігійний чинник, незважаючи на відокремленість політики і держави, береться за основу при формуванні соціальних орієнтирів та ідеалів, оцінці політичних подій, вираженні ставлення до них. Не можна не враховувати і релігійну приналежність експертів, до яких звертаються для оцінки явищ, процесів і подій політичного життя.

12. Темпоритм життя безпосередньо визначатиме швидкість та ефективність сприйняття політичної інформації і повідомлень. Чим вищий показник темпоритму життя, тим менше часу потрібно для формування чи поліпшення рейтингу політика/політичної сили.

13. Міфотворчість як спосіб формування образів героїв, антигероїв чи референтних осіб визначатиме не лише характер політичної комунікації, але й активно використовується для формування іміджу комунікатора.

14. Мовні особливості визначатимуть як зміст повідомлення, так і канал, який використовуватиметься для його передачі. Наприклад, в період проведення передвиборчих кампаній в двомовних країнах гасла кандидатів можуть дублюватись двома мовами.

15. Особливості сприйняття кольору беруться за основу при розробці позиціонування політичної сили/політика/кандидата, проектуванні символіки. Не варто забувати про універсальні закономірності та національні особливості кольорів.

Таким чином, вищезазначені чинники визначають доцільність використання в комунікативних стратегіях окремих компонентів та дозволяють спрогнозувати реакцію цільової аудиторії на ті чи інші повідомлення.

На думку Є. Калініна, ефективність комунікативної стратегії визначається добре спланованим впливом на емоційну сторону сприйняття адресата, з врахуванням при цьому зовнішнього та внутрішнього контексту. Тобто саме адресат-орієнтований підхід є запорукою успіху комунікативних стратегій [3].

О. Паршина вважає, що ефективність комунікативної стратегії в політиці визначається її цілями, до яких належать:

- 1) прагнення комунікатора спонукати цільову аудиторію підтримати на виборах певного кандидата чи політичну силу;
- 2) завоювання аудиторії чи зміцнення іміджу;
- 3) намагання переконати цільову аудиторію в правильності думки чи точки зору комунікатора;
- 4) створення певних емоційних установок чи налаштування на певний емоційний стан адресата;
- 5) надання цільовій аудиторії нових знань чи уявлень стосовно змісту повідомлення, інформування адресата щодо позиції з приводу актуальної суспільно-політичної ситуації чи питання [6].

Усі вищезазначені критерії ефективності комунікативних стратегій в політиці можна окреслити як якісні, оскільки вони залежать від правильності планування процесу комунікації, а також контекстних і ситуативних параметрів.

Проте варто згадати і про кількісні критерії ефективності політичної комунікації і комунікативних стратегій, зокрема медіааналіз.

При класифікації каналів політичної комунікації використовують підхід Ж.–Р. Шварценбергера, що виділив три основних способи (канали) політичної комунікації, базовані на використанні різноманітних засобів [5, с. 76]:

1. Комунікація через засоби масової інформації: друковані засоби (преса, книги, плакати), електронні (радіо, телебачення). Така комунікація реалізується через проведення прес-конференцій, брифінгів, розсилання прес-релізів, розміщення політичної реклами.

2. Комунікація через організації, коли ланкою передачі слугують політичні партії, групи інтересів, суспільні організації і рухи.

3. Комунікація через неформальні канали з використанням особистих зв'язків.

Фактично, дана класифікація – це узагальнення найпоширеніших каналів політичної комунікації. Проте найрозповсюдженішим каналом політичної комунікації, що використовується при реалізації комунікативних стратегій залишаються засоби масової інформації. Оцінку ефективності комунікативної стратегії в політиці можна здійснити за допомогою медіа аналізу – аналізу процесу кодування та інтерпретації конкретного політичного повідомлення, способів передачі певного змісту, а також інтерпретації повідомлення через категорії, цінності, потреби комунікатора та цільової аудиторії. Аналітичні процедури в процесі виміру ефективності політичної комунікації вимагають дотримання певних правил:

1. Застосування гібридного підходу дозволяє використовувати не лише автоматизовані інструменти, а й залучати експертів на всіх етапах.

2. Варто уникати уніфікованого підходу, адже він не враховує якісні компоненти/фактори при побудові комунікативних стратегій та специфіку комунікатора.

3. Інтегральні метрики дозволяють поєднувати кількісні і якісні параметри, визначивши ступінь впливу кожного з них на загальний результат/ефективність.

4. В комунікативних стратегіях, розрахованих на масову цільову аудиторію важливо виміряти активність використання різних медіа, що дозволить оцінити ефективність стратегії з точки зору сприйняття цільовою аудиторією.

5. При вивченні думки нечисленних цільових аудиторій (експертне середовище, прихильники/члени політичної партії, команда кандидата/політика) слід віддати перевагу якісним методам аналізу даних, оскільки статистичні методи в малих групах не є репрезентативними.

Медіааналіз вимагає поетапного виконання, а саме визначення цілей і завдань дослідження, розробки методики дослідження, збору даних, кодування даних, статистичного аналізу та інтерпретації даних, презентації результатів у формі моніторингових продуктів, статистичних довідок, аналітичних звітів.

Основною одиницею медіааналізу є одне інформаційне повідомлення, оцінка якого здійснюється за такими параметрами: емоційний тон/тональність згадувань, емоційний тон згадувань публікації, роль

об'єкта досліджень в публікації, жанр/формат публікації, інформаційний привід, тематичні категорії, спікерська активність [4].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Ефективність комунікативної стратегії в політиці визначається ступенем досягнення запланованих цілей і результатів, що проявляються у змінах установок, знань чи поведінки отримувача. При розробці комунікативної стратегії в політиці відправник інформації повинен враховувати не лише власні цілі, але й способи впливу на емоційнусторонуцільовоїаудиторії,зовнішнійтавнутрішній контекст. Виміряти ефективність комунікативних стратегій в політиці можна, використовуючи комплексний підхід з поєднанням якісних та кількісних критеріїв.

Список використаних джерел

1. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 276 с.
2. Зимин М. В. Эффективность медиатизированной массовой коммуникации в избирательном процессе: теоретические модели и электоральная практика [Электронный ресурс] / М. В. Зимин // Политический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2006. – №20. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-mediatizirovannoy-massovoy-kommunikatsii-v-izbiratelnom-protsesse-teoreticheskie-modeli-i-eklektoralnaya-praktika>
3. Калинин К. Е. Коммуникативные стратегии убеждения в англоязычном политическом дискурсе: дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.04 / Калинин К. Е. – Нижний Новгород, 2009. – 187 с.
4. Ларионов Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности PR [Электронный ресурс] / Евгений Ларионов. – 2015. – Режим доступа: <http://mediabitch.ru/2015/06/guideline-measure-akos/>
5. Малаканова О. А. Политическая коммуникация / О. А. Малаканова // Политическая социология и современная российская политика: сб. уч. материалов / под. ред. Г. В. Голосова, Е. Ю. Мелешкиной. – СПб.: изд. «Борей-принт», 2000. – С.76–97.
6. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России / О. Н. Паршина. – Астрахань, 2004. – 196 с.
7. Dobek–Ostrowska B. Komunikowanie polityczne i publiczne / Bogusława Dobek–Ostrowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 434 s.

References

1. Denysjuk S. G. Tehnologichni vymiry politychnoi' komunikacii': monografija / S. G. Denysjuk. – Vinnycja: VNTU, 2010. – 276 s.
2. Zimin M. V. Jektivnost' mediatizirovannoj massovoj komunikacii v izbiratel'nom processe: teoreticheskie modeli i jelektoral'naja praktika [Jelektronnyj resurs] / M. V. Zimin // Politematicheskij setevoj jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2006. – №20. – Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-mediatizirovannoy-massovoy-kommunikatsii-v-izbiratelnom-protsesse-teoreticheskie-modeli-i-eklektoralnaya-praktika>
3. Kalinin K. E. Kommunikativnye strategii ubezhdenija v anglojazycznym politicheskom diskurse: dis. ... kand. filolog. nauk: 10.02.04 / Kalinin K. E. – Nizhnij Novgorod, 2009. – 187 s.
4. Larionov E. Kratkoe rukovodstvo po mediaanalizu i ocenke jektivnosti PR [Jelektronnyj resurs] / Evgenij Larionov. – 2015. – Rezhim dostupa: <http://mediabitch.ru/2015/06/guideline-measure-akos/>
5. Malakanova O. A. Politicheskaja sociologija i sovremennaja rossijskaja politika: sb. uch. materialov / pod. red. G. V. Golosova, E. Ju. Meleshkinov. – SPb.: izd. «Borej–print», 2000. – S.76–97.
6. Parshina O. N. Strategii i taktiki rechevogo povedenija sovremennoj politicheskoi jeliti Rossii / O. N. Parshina. – Astrahan', 2004. – 196 s.
7. Dobek–Ostrowska B. Komunikowanie polityczne i publiczne / Bogusława Dobek–Ostrowska. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006. – 434 s.

Shymanova O. V., Phd, associate professor of humanities disciplines, Lviv State University of Physical Culture (Ukraine, Lviv), olga_shymanova@mail.ru

The effectiveness of communication strategies in politics

In this article it's analysed the qualitative and quantitative criteria of communication strategies in politics. The effectiveness of communication strategy is determined by the achievement of planned results and objectives related to changing attitudes or behavior of the recipient. Qualitative criteria are defined properly planned impact on the emotional side of the target audience and considering external and internal context. Quantitative criteria are measured using analysis of media.

Keywords: communication strategy in politics, political communication, communication effectiveness, analysis of media.

Шиманова О. В., кандидат политических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин, Львовский государственный университет физической культуры (Украина, Львов), olga_shymanova@mail.ru

Эффективность коммуникативных стратегий в политике

Проанализированы количественные и качественные критерии эффективности коммуникативных стратегий в политике. Эффективность коммуникативной стратегии определяется достижением запланированных результатов и целей, связанных с изменением установок или поведения получателя. Качественные критерии определяются правильно спланированным воздействием на эмоциональную сторону целевой аудитории и учетом внешнего и внутреннего контекста. Количественные критерии измеряются с применением медиаанализа.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия в политике, политическая коммуникация, коммуникативная эффективность, медиаанализ.

* * *

УДК 327.351

Григор О. О.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
докторант, Національний педагогічний університет ім.
М. П. Драгоманова (Україна, Київ),
gileya.org.ua@gmail.com

Досвід політичних консенсусів ХХ століття

XX століття ввійшло в історію як період найбільш жорстокого політичного зіткнення народів і культур не тільки в окремих державах, але й на міжнародній арені. Гребнем, а відтак і найбільш високою напругою, цього зіткнення стали жовтневий переворот 1917 р. в колишній царській Росії та Друга світова війна 1941–1945 рр. Проте, незважаючи на конфліктогенну політичну практику цієї драматичної епохи та протистояння двох систем в період «холодної війни», філософсько-політологічні пошуки відмінного від військового зіткнення способу вирішення політичних конфліктів не припинялися. Переосмислення політичної дійсності ХХ століття призвело до глибокого розуміння потреби в політичному консенсусі, який міг би замінити політичні протистояння й стати засобом вирішення будь-яких політичних конфліктів.

Ключові слова: людина, політика, культура, політична практика, конфлікт, політичний конфлікт, політичний консенсус.

Негативний досвід конфронтації і протистояння та позитивна практика політичних консенсусів ХХ століття заклали підґрунтя для розуміння стану сучасного світу. Саме тому, протистояння і консенсус є об'єктами розгляду багатьох дослідників – філософів, футурологів, громадських та політичних діячів. Це пов'язано насамперед з тим, що у процесі свого цивілізаційного розвитку людство постійно зустрічається з різноманітними конфліктами. Соціальні, етнічні, релігійні, ідеологічні, культурні та інші суперечності нерідко в історії людства ставали причинами гострого військового протистояння між племенами, містами, державами або цілими групами країн. В історії ХХ ст. вони навіть спричинили виникнення двох світових воєн, в яких загинули десятки мільйонів людей. Сучасні конфлікти залишаються одним з основних чинників нестабільності на планеті, а також значною мірою зумовлюють характер розгортання політичних процесів. З огляду на це останні Х. Ортега-і-Гасет охарактеризував як «відкритий виступ», за якого політичні опоненти розглядаються лише з позиції конфронтації, як бар'єр на шляху реалізації інтересів