

тичної влади є найважливішим економічним ресурсом.

7. Відношення між населенням і елітою носять маркетинговий характер, коли політичний продавець сам формує потреби різних соціальних груп, а повинно бути хоча б навпаки.

¹ Малахов В.А., Єрмоленко А.М. Етика і політика: проблеми взаємозв'язку / В.А. Малахов, А.М. Єрмоленко. – К., 2001. – С. 77

² Зливков В. Проблеми соціальної самоідентифікації української еліти / В. Зливков // Соціальна психологія. – 2004. – № 6. – С. 2-4

³ Дмитренко І. Самозвана «еліта» чи просто номенклатура? / І. Дмитренко // Віче. – 2003. – № 8. – С. 35

⁴ Шаран П. Элиты / П. Шаран // Мир политики. – М., 1983. – С. 96

⁵ Ашин Г. Толеранність і еліта / Г. Ашин // Влада. – 2002. – № 5. – С. 37

⁶ Восканян С.С. Тенденции формирования и развития политической элиты постсоветской России / С.С. Восканян. – Волгоград, 2001. – 137 с.

⁷ Політична етика України: проблеми трансформації // Політичний менеджмент. – 2007. – № 4. – С. 169

⁸ Умакин С.А. Интеллигентность сквозь призму интересов / С.А. Умакин // Политические исследования. – 1998. – № 7. – С. 18.

УДК [070+004.77+621.397.13+654.16]:321.7(477)

© Роман Крет
(Рівне)

БІЛОРУСЬКІ ЗМІ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА

Статтю присвячено аналізу засобів масової інформації Республіки Білорусь і їх ролі в демократичному житті держави.

Ключові слова: Білорусь, інформаційне суспільство, телебачення, радіо, ЗМІ, Інтернет.

Р. Крет

Белорусские СМИ в демократической жизни общества

Статья посвящена анализу средств массовой информации Республики Беларусь и их роли в демократической жизни государства.

Ключевые слова: Беларусь, информационное общество, телевидение, радио, СМИ, Интернет.

R. Kret

Belarusian Media as a Part of Democratic Society

This article is devoted to analysis of the mass media of the Republic of Belarus and their role in the democratic life of the state.

Key words: the Republic of Belarus, informational society, TV, radio, media, Internet.

Постановка наукової проблеми та її значення.

На сучасному етапі політичного реформування держави і влади відбувається черговий вибух технологічної революції – становлення інформаційного суспільства. Сучасні інформаційні і телекомунікаційні технології в демократичному суспільстві певною мірою покликані контролювати владу та формувати у громадян морально-політичну свідомість та культуру. Особливу роль відіграє глобальна мережа Інтернет. Без засобів масової інформації функціонування сучасних демократичних інститутів може бути істотно ускладнено. Суть масової комунікації полягає в систематичному поширенні інформації через пресу, радіо, телебачення, Інтернет, кіно, звуко- і відеозапис. Масова комунікація є засобом утвердження в суспільстві певних цінностей, а також здійснення впливу на думки, переконання і поведінку людей.

Будучи одночасно і продуктом, і середовищем спілкування, інформаційне поле не може бути політично нейтральним. Воно завжди сприяє одним соціальним групам і не вигідне для інших. Тому ЗМІ часто-густо виступають у подвійній ролі. При цьому вони служать засобом реалізації громадянами права на свободу думок та висловлювань в одному випадку або просувають корпоративні чи вузькогрупові інтереси в іншому.

Аналіз останніх досліджень. Ще на початку 60-х років ХХ ст. канадський соціолог М. Маклюен без перебільшення стверджував, що засіб передачі сам по собі більш важливий, ніж інформація, яка передається¹. З цієї точки зору кожна система масової комунікації має свої специфічні особливості. Окремі питання участі засобів масової інформації в демократичних процесах держави розглядали у своїх роботах білоруські науковці В. Воробйов, О. Слука, І. Котляров, О. Манаєв, О. Градюшко.

На думку В. Воробйова, роль ЗМІ в житті суспільства неоднозначна. З одного боку, засоби масової інформації набувають все більшу владу членами суспільства, перетворюючись при цьому на самостійного учасника політичної боротьби, а з другого – самі часто потрапляють під контроль різних політичних або економічних сил². Істотною особливістю сучасних демократичних процесів у Білорусі є зростання масштабів використання нових інформаційних технологій. Тому мережеві технології представляють нові можливості для накопичення та передачі інформації і створюють якісно інше інформаційне середовище, в якому існують усі ці засоби комунікації³. Інтернет стає обов'язковим атрибутом праці кожного.

Мета і завдання дослідження – проаналізувати роль і місце засобів масової інформації в демо-

кратичному житті суспільства Республіки Білорусь. Завданням дослідження є виявлення особливостей функціонування ЗМІ в умовах демократизації білоруського суспільства.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів.

Згідно з Конституцією Республіки Білорусь, у державі кожному «гарантується свобода думки, переконань і їх вільне вираження. Монополізація засобів масової інформації державою, громадськими об'єднаннями або окремими громадянами, а також цензура не допускаються» (ст. 33). Громадянам Республіки Білорусь «гарантується право на отримання, зберігання і поширення повної, достовірної та своєчасної інформації про діяльність державних органів, громадських об'єднань, про політичне, економічне, культурне та міжнародне життя, стан навколишнього середовища» (ст. 34)⁴.

Крім Конституції, діяльність ЗМІ в Білорусі регламентують: Цивільний кодекс Республіки Білорусь (діяльність редакцій ЗМІ); Закони «Про засоби масової інформації», «Про інформатизацію», «Про електронний документ», «Про авторське право і суміжні права» та ін.; Укази і розпорядження президента; Постанова Ради міністрів «Про стратегію розвитку інформаційного суспільства в Республіці Білорусь на період до 2015»; нормативні акти міністерств та інших органів державної влади і управління.

Базовим елементом системи взаємовідносин держави і ЗМІ в Білорусі є Міністерство інформації – центральний орган державного управління, що здійснює державне регулювання у сфері передачі та поширення масової інформації. Міністерство зв'язку і підлеглі йому структури відповідальні за підтримання в країні інформаційного поля, сприятливого для реалізації білоруського шляху демократичного розвитку.

У Білорусі сьогодні діють і розвиваються друковані та електронні ЗМІ різних форм власності і різноманітної тематики. Також у медійному просторі країни достатньо представлені зарубіжні ЗМІ.

За ступенем ефективності впливу на масову аудиторію на першому місці перебувають теле- і радіоканали. За станом на 1 січня 2013 року в Білорусі здійснювали радіомовлення 166 радіопрограм і виходило в ефір 89 телепрограм. Із них 23 радіопроекти і 57 телепрограм – приватні.

Основна частина суспільних радіопрограм пояснюється тим, що більшість з них – це регіональне радіо, засновником якого виступають місцеві органи влади.

У республіці існує чотири загальнонаціональні радіоканали: Перший Національний канал Білоруського радіо (передається по провідній мережі); радіоканал «Культура», радіостанції «Білорусь», «Столиця», «Радіус-FM». На зарубіжну аудиторію розраховані передачі радіостанції «Білорусь» росій-

ською, англійською, німецькою, польською, французькою, іспанською і китайською мовами.

В Білорусі діють п'ять загальнонаціональних телеканалів – Перший Національний телеканал, «Білорусь-ТВ», «Білорусь 1», «Белорусское «Времечко» («ЛАД»), «Столичное телевидение». Міжнародний супутниковий телеканал «Білорусь-ТВ» розпочав трансляцію в 2005 році і на сьогоднішній день охоплює 60 країн світу. Його послугами можуть користуватися глядачі в країнах Європи, Близького Сходу, Центральної Азії, Африки і Північної Америки. Телепередачі ведуться цілодобово на білоруській і російській мовах. Для користувачів мережі Інтернет організована онлайн-трансляція⁵.

На другому місці після електронних ЗМІ за ступенем впливу на населення залишаються друковані засоби масової інформації, головним чином, періодичні.

Станом на 1 квітня 2013 року інформаційне поле Білорусі включало 1393 друковані періодичні видання, які видаються білоруською, російською, англійською, німецькою, польською та українською мовами. Більше 2/3 від їх загальної кількості є недержавними. Найбільш впливовими в країні є «СБ. Білорусь сьогодні» (тираж близько 400 тис. прим.) і «Рэспубліка»⁶.

По мірі розвитку інформаційних технологій нову роль стали відігравати інформаційні агентства. Раніше самі по собі засобами масової інформації вони не були. Тепер завдячуючи Інтернету вони змогли вийти в лідери ринку, спеціалізуючись на наданні короткої, але оперативної інформації.

В Білорусі зареєстровано 9 інформаційних агентств, 7 із них – приватні. Впродовж останніх років найбільшим агентством є Білоруське телеграфне агентство «БелТА», яке готує і розповсюджує інформацію та фотоінформацію про події в житті Білорусі. Агентство працює в режимі реального часу, кожен день передає 120-140 інформаційних повідомлень, 10-12 фототем для майже 300 споживачів на території Білорусі і за її межами.

Інтернет в останні роки все активніше виконує ті ж функції, що й традиційні ЗМІ. Специфіка Інтернету полягає в тому, що він більшою мірою, ніж інші види ЗМІ, забезпечує інтерактивність і можливість для багатосторонньої комунікації, тому більшість його користувачів розглядають Інтернет як джерело інформації.

Згідно з результатами опитування громадської думки, проведеного в 2010 році, простежується два стійких канали отримання інформації білоруським населенням. Це телебачення та Інтернет.

Із числа опитаних 1 082 респондентів запитання «Із яких джерел ви здебільшого отримуєте необхідну інформацію про життя в Білорусі і за рубежом?» – 91,8% назвали телебачення, 48,9% – газети і журнали, 36,1% – радіо, 24,3% – Інтернет. Характерно, що частота звернень до різноманіт-

них медіа змінюється залежно від вікових і частково – професійних груп опитуваного населення. У групі молоді до 30 років до телебачення як основного джерела інформації звертається трохи більше 82% (серед студентів і учнівської молоді – 67,8%). У людей старшого віку телебачення як комунікаційний канал для отримання інформації є пріоритетом для 96%, а Інтернетом користується тільки 1,2% респондентів.

На відміну від зарубіжного, білоруси надають перевагу своєму телебаченню. Серед телепередач найбільшою популярністю користуються новини (72,5%), а саме лідирують випуски новин телеканалу ГНТ (Громадське Національне Телебачення). Достатньо успішними можна вважати позиції щоденної програми «Панорама» (Перший канал БТ) і програми «Белорусское «Времечко» («ЛАД»).

Вивчення думки телевізійної аудиторії про форму подачі найбільш актуальних інформаційних повідомлень (зокрема, про діяльність органів державної влади) показало, що населення більше всього цікавить діяльність президента Республіки Білорусі. Більше половини опитаного населення бажає отримати інформацію про це у формі телевізійного сюжету з детальними коментарями (див. діаграму 1).

Таким чином, у сучасній системі масових комунікацій у Республіці Білорусь телебачення є одним із найважливіших каналів отримання інформації громадянами. Більшість із них користуються довірою серед населення, але при цьому в якісних оцінках програють зарубіжним. Білоруське суспільство достатньо позитивно оцінює телебачення як соціальний інститут із надання інформаційних послуг, вказуючи на його об'єктивність у відображен-

ні дійсності, але в сумарній кількості респонденти вказують на негативні аспекти (або прикрашання дійсності, або виставляння напоказ негативних сторін життя)⁷.

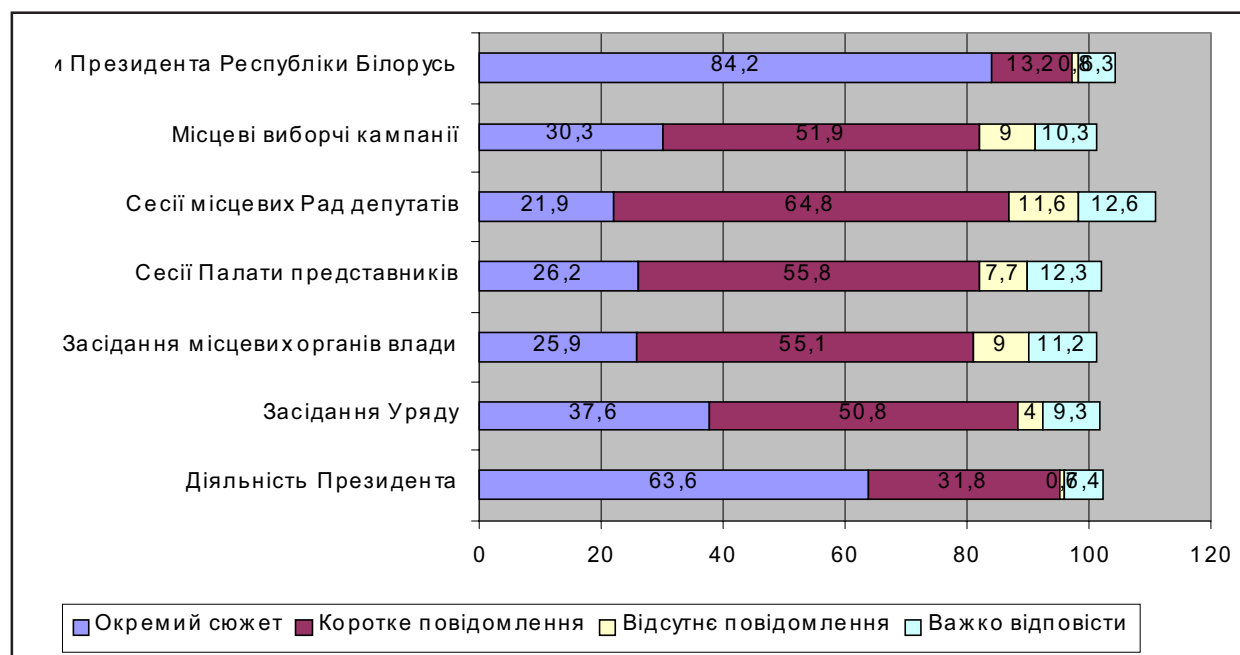
Достатньо розповсюдженою є думка про те, що вплив друкованих ЗМІ на аудиторію найближчим часом буде невпинно знижуватись. Деякі білоруські експерти вважають, що газети виштовхують з інформаційного поля інші медіа, а їх функції поступово переходять до Інтернету⁸.

Існує і більш оптимальна точка зору для існування майбутніх періодичних видань, згідно з якою в першій чверті ХХІ ст. газета продовжить своє існування і залишиться одним із засобів масової інформації, яким будуть користуватися більшість представників різноманітних верств нашого суспільства⁹.

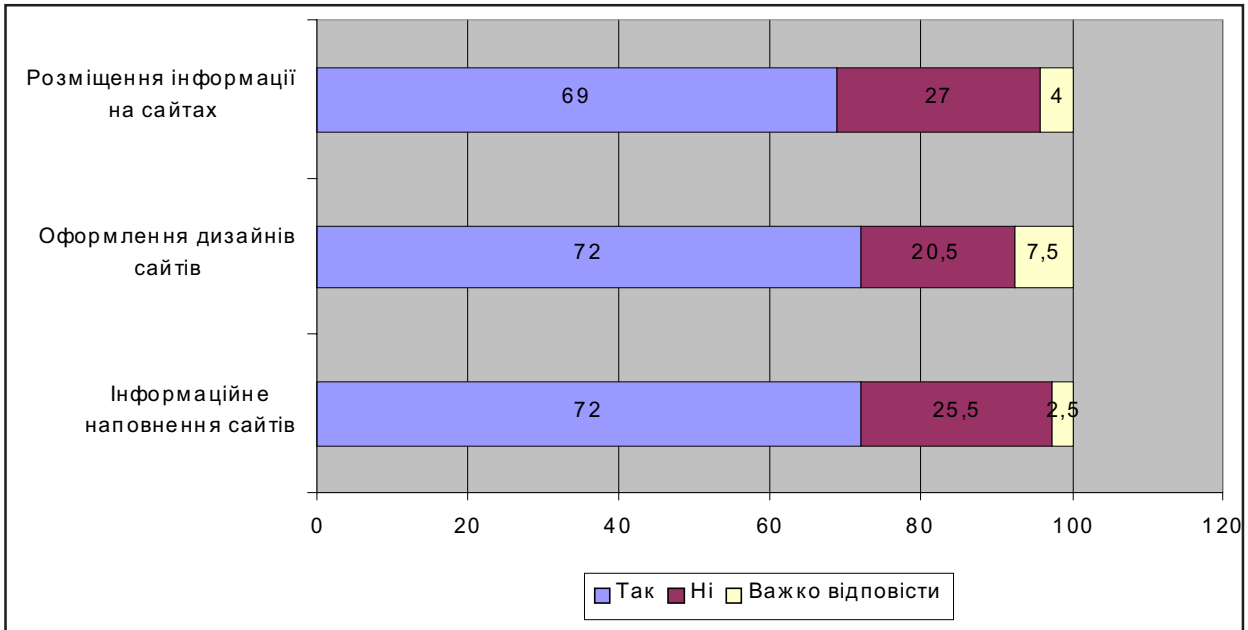
Необхідно відзначити, що нині національна індустрія періодичних друкованих видань – це найбільш системна структурована частина білоруської медіа-галузі, яка корегується Державною комплексною програмою розвитку друкованих ЗМІ на період до 2015 року.

Економічні негаразди у Білорусі прямо зачепили державні мас-медіа – тиражі газет і журналів скорочуються. Незалежні оглядачі вважають, що проблема не тільки у фінансах, а й у ставленні людей, які зневірюються в рупорах влади. Але цифри говорять самі за себе. У Білорусі на державні ЗМІ у 2012 році припадало 45 мільйонів євро, це на 20% менше порівняно з 2011 роком. Із них тільки 5 мільйонів євро пішло на газети і журнали.

«Пропаганду ніхто не купує, це природно. Треба нарікати не на те, що з бюджету дають менше грошей... Треба нарікати на цю нежиттєздат-



Діаграма 1. Думка населення про висвітлення на телебаченні діяльності різноманітних гілок влади. Опитано 1 082 респонденти в 2010 р.



Діаграма 2. Чи задовільняє вас інформаційне наповнення, оформлення сайтів і розміщення інформації на сайтах державних органів і організацій? (в % відношенні від числа користувачів, котрі звертаються до сайтів державних органів і організацій)

ну, анахронічну, реліктову модель» ,– так вважає білоруський політолог і колишній редактор «Знамени юности» О. Класковський¹⁰.

Але незважаючи на негаряди, у демократичному житті країни друковані засоби масової інформації займають друге місце після телебачення у списку джерел інформації за частотою звернень до них читачкою аудиторії. Населення Білорусі вважає, що головна функція преси – інформувати громадськість про політичну ситуацію в країні і за кордоном, соціально-економічні проблеми.

За оцінками експертів, радіомовлення в Республіці Білорусь переживає сьогодні не найкращі часи. Починаючи з 2009 року, на рекламному ринку радіомовлення отримало менше всього доходів і ця тенденція зберігається по сьогоднішній день, хоча найбільшим власником у цій сфері є держава.

З 1 липня 2010 року вступив у силу Указ Прези-

дента Республіки Білорусь № 60 «Про заходи удосконалення використання національного сегменту мережі Інтернет». Серед користувачів Інтернету на момент опитування, проведеного в грудні 2011 року, 38,9% респондентів вважали, що даний правовий акт не зачіпає права білоруських відвідувачів мережі; 22,8% – дотримувались протилежної думки і вважали, що дія Указу № 60 обмежує їх можливості доступу до Інтернет-ресурсів.

У Білорусі, як і у всьому світі, використання інтернет-каналів для отримання інформації стає все більш популярним, а можливості ЗМІ для передачі інформації по цих каналах постійно зростають.

Більшість користувачів Інтернету (грудень 2011 року – опитуваних 1 000 респондентів), котрі зверталися до сайтів державних органів і організацій, задоволені їх інформаційним наповненням, оформленням і дизайном, а також розміщенням даних (див. діаграму 2)¹¹.

№	Доменне ім'я	Вид сайта	Число реальних користувачів
1	mail.ru	Горизонтальний портал (Росія)	2748651
2	yandex.by	Білоруська локалізація порталу (Росія)	2463826
3	vk.com	Соціальна мережа (Білорусь)	2385720
4	tut.by	Горизонтальний портал (Білорусь)	2093341
5	google.by	Білоруська локалізація пошукової системи	2004221
6	google.com	Пошукова система	1804422
7	youtube.com	Відео-сервіс	1796283
8	odnoklassniki.ru	Соціальна мережа (Росія)	1520170
9	ru.wikipedia.org	Російська версія Вікіпедії	1343036
10	onliner.by	Портал технологій (Білорусь)	1280998

Однією з особливостей білоруського інтернет-ринку є сильні позиції російських компаній. Нижче наведена статистика реальних користувачів десятки найбільш популярних серед жителів Білорусі інтернет-сайтів¹².

Десятка найбільш популярних сайтів серед білоруських інтернет-користувачів з кількістю реальних відвідувачів за жовтень 2012 року.

Необхідно відзначити, що жоден спеціалізований ресурс новин не ввійшов у десятку найбільш популярних сайтів, хоча більшість із них, які вказані вище, мають у своїй структурі контент новин. Користувачі надають перевагу новинам на порталах і новинних агрегаторах.

Завдячуючи розвитку Інтернету, незалежні ЗМІ отримали нову платформу для розповсюдження інформації.

Разом з тим проблема стикування інтернет-простору зі вже сформованим раніше білоруським інформаційним полем залишається вкрай актуальною. Точно не зрозуміло, що в даній ситуації вважати інформацією в Інтернеті, а що належить до категорії, котру експерти називають «інформаційною грязюкою або сміттям». Однак практично всі сходяться на єдиній думці в тому, що саме «захист віртуального середовища стає дуже важливим елементом розвитку і захисту інформаційного суспільства»¹³.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Медійний ландшафт у будь-якому суспільстві сьогодні багатий і різноманітний. Його основні сегменти: телебачення, радіо, преса – розпадаються на численні комунікативні канали, призначені для передачі по них інформаційних потоків. Їхня кількість постійно збільшується. В процесі свого розвитку вони виконують нові функції з метою максимального задоволення інформаційних потреб населення. Так відбувається сьогодні у всьому світі, і Білорусь в цьому відношенні не є винятком.

Отже, оцінюючи сучасний стан інформаційного поля Республіки Білорусь, можна виділити певні характеристики сформованого медіасередовища.

1. На даний момент більшість населення країни має змогу отримувати інформацію із різноманітних каналів комунікації. У зв'язку з цим зростає інтерес до інформаційних потоків і повідомлень, що надходять у країну ззовні. Це стосується не тільки задоволення інформаційних запитів суспільства, але й його культурних, освітніх і рекреаційних потреб. Особливо це простежується в галузі телебачення та Інтернету, котрі на даному етапі стають головними каналами для отримання різноманітної інформації.

2. Згідно з балансом зовнішніх і внутрішніх інформаційних потоків, перевага населення – більшою мірою на боці вітчизняних ЗМІ. До них частіше звертаються, їм більше довіряють, їх більше позитивно оцінюють на емоційному рівні.

3. У зв'язку зі стрімким розвитком сучасних комунікаційних технологій настає новий етап розвитку білоруського демократичного суспільства, в якому інформація не вписується в простий лінійний канал: від джерела до отримувача. Формується цілий ряд джерел і каналів передачі інформації як зовнішніх, так і внутрішніх, об'єднаних в єдине медіасередовище. Причому контури цього середовища виходять за рамки державних інтересів.

Для національних ЗМІ в цьому напрямку відкривається широке поле діяльності і накладається велика відповідальність щодо своєї аудиторії – громадян Республіки Білорусь, які інтегровані в ці комунікаційні процеси.

Головним завданням розвитку інформаційного суспільства в Білорусі є формування державної інформаційної політики на інноваційній основі. В даному випадку інновації – це не тільки передові технічні засоби, але й нові методи роботи засобів масової інформації зі своєю аудиторією, котрі повинні бути спрямовані на максимальне задоволення і потреби білоруських громадян в інформаційній сфері при максимальному закріпленні в інформаційному полі державних інтересів Республіки Білорусь.

¹ Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека: пер. с англ / М. Маклюэн. – М.: КАНОН-пресс-Ц; М. – Жуковский: Кучково поле, 2003. – 464 с.

² Воробйов В.П. Система СМІ Беларуси / В. П. Воробйов. – Мн.: Изд. центр БГУ, 2002. – 252 с.

³ Градюшко А.А. Сетевая пресса: место и перспективы в современном информационном пространстве Беларуси / А. А. Градюшко // Вестник Белорусского государственного университета. Серия 4. Филология. Журналистика. Педагогика. – 2007. – №3. – С. 110 – 115.

⁴ Конституция Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.by/main.aspx?guid=6351>.

⁵ Постановление Совета Министров Республики Беларусь. О концепции программы развития в Республике Беларусь системы цифрового телевизионного вещания стандарта до 2015 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p0=C20500707&p2=%7BNRPA%7D>.

⁶ Средства массовой информации в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>.

⁷ Охват населения РБ телевизионным вещанием на 01.05.2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.brtpc.by/services/television/analog/>.

⁸ Градюшко А. А. Дорога... в онлайн-будущее! // А. А. Градюшко. – Журналист. – 2008. – №3 (8). – С. 24.

⁹ Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра // С. М. Гуревич. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – С. 112.

¹⁰ Студинська І. Дефіцит пропаганди: у Білорусі тануть державні ЗМІ [Електронний ресурс] / І. Студинська. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24494182.html>.

¹¹ Использование сети Интернет в Республике Беларусь: пресс-релиз (Информационно-аналитический

центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ias.gov.by/ru/sociology/research/Ispolzovanie-seti-internet-v-Respublike-Belarus_i_0000000216.html.

¹² Александров А. Беларусь: Сеть под контролем: аналитический доклад о вызовах свободе слова в Интернете в Беларуси [Электронный ресурс] / А. Александров. – Режим доступа : http://www.indexonensorship.org/wp-content/uploads/2013/01/IDX_Belarus_Rus_WebRes_Final.pdf.

¹³ К мобильному обществу: утопии и реальность / под ред. Я. Н. Засурского – М. : Изд-во МГУ, 2009. – С. 28.

УДК: 328 : 321.01 (73) (092)

© Ольга Гришин-Грищук
(Чернівці)

ОСОБЛИВОСТИ ТРАКТУВАННЯ ПРЕДСТАВНИЦТВА ГАННОЮ ПІТКІН

У статті автор аналізує особливості трактування поняття представництва через призму поглядів політолога Ганни Піткін. Простежуються тенденції розвитку представництва у сучасному політичному процесі, визначаються шляхи подальшого вдосконалення політичного представництва.

Ключові слова: Ганна Піткін, представництво, політичне представництво, типи політичного представництва, комітети політичної дії.

О.Гришин-Грищук

Особенности толкования представительства Анной Питкин

В статье автор анализирует особенности трактовки понятия представительства через призму взглядов политолога Анны Питкин. Прослеживаются тенденции развития представительства в современном политическом процессе, определяются пути дальнейшего совершенствования политического представительства.

Ключевые слова: Анна Питкин, представительство, политическое представительство, типы политического представительства, комитеты политического действия.

O. Gryshyn-Gryshchuk

Peculiarities of the Definition of Representation by Hanna Pitkin

This article discusses the features of political representation, defined by American scientist Hanna Pitkin. Hanna Pitkin is a researcher, who received Heine Prize for innovation in the subject of political representation. It is therefore interesting for us to study the definition of the political representation, offered by Hanna Pitkin.

Key words: Hanna Pitkin, representation, political representation, types of political representation, political action committee.

Американський політолог Ганна Піткін стала автором власної концепції теорії представництва, отримала премію Йогана Скайтте в галузі політичних наук «за новаторську теоретичну працю стосовно питання представництва». Сьогодні поняття представництва є недостатньо вивченим саме через призму політології, частіше воно є предметом дослідження правників. Завдяки таким політологам, як Г. Піткін, ми можемо поглянути на концепцію представництва з нового боку та простежити сучасні тенденції представництва в Україні та світі.

Перш за все Г. Піткін виокремила методологічні підходи до аналізу політичного представництва: формально інституційного, символічного, описового та субстантивістського.

Формально-інституційний підхід розглядає механізм відбору представників та механізми позбавлення владних повноважень тих виборців, які не діють згідно з вимогами представлених. Якість представництва оцінюється відповідно до розвитку цих механізмів.

За символічним підходом основна увага приділяється оцінці міри прихильності електорату до певного представника, наскільки він схожий на представлену ним соціальну групу.

Описовий підхід допомагає оцінити ступінь об'єктивної схожості даного представника з соціальною групою, яку він представляє, наскільки схожими інтереси, установки, походження.

За субстантивістським підходом оцінюються виключно конкретні дії представників на предмет їх відповідності інтересам репрезентованих. Тобто наскільки наслідки дій співвідносяться з можливими найкращими наслідками.

На думку Г. Піткін, найбільш об'єктивним є формально-інституційний підхід, який є доволі популярним серед науковців, оскільки включає найбільш чіткі індикатори визначення представників та способів, за допомогою яких вони втілюватимуть інтереси представлених груп.

Розглядаючи питання представництва, свій аналіз науковець розпочинає саме з політичної практики застосування представництва, яке допомагає визначити види представництва та ті групи, які потребують репрезентації.

Як показує досвід усіх країн з демократичним правопорядком, разом з представництвом громадян і територій у них була створена й досить відпрацьована система представництва інтересів. Обидва види представництва тісно взаємопов'язані один з одним і тільки у своїй сукупності вирішують проблему адекватної взаємодії та взаємозв'язків громадянського суспільства і держави.