

14. Левченко К. Б. Права жінок: зміст, стан та перспективи розвитку : Монографія / К. Б. Левченко. – Харків: Вид-во НУВС, 2001. – 360 с.

15. Смоляр Л. Жіночі студії в Україні. Жінка в історії та сьогодні : Монографія / За заг. ред. Л. Смоляр. – Одеса : Астро-Принт, 1999. – 440 с.

Лукач У. Р. Анализ феминистических идей в общественно-политической публицистике Наталии Кобрынской

Исследованы идейно-политические основы организации Н. Кобрынской женского движения в Галиции в конце XIX в. Проанализированы предлагаемые Н. Кобрынской пути и способы решения женского вопроса, а также необходимость его рассмотрения в контексте широких социально-экономических преобразований.

Ключевые слова: феминизм, женское движение, женский вопрос, правовая дискриминация, гражданское равноправие.

Lukach U. The analysis of feminist ideas in social and political publicism of Natalia Kobrynska

Changes in social and political life of Ukraine at the present stage actualize problems to expand the role and participation of women in civil society. Social and political movement of Ukrainian women in Eastern Halychyna in the XIX-XX c. inextricably linked with the development of the Ukrainian national movement. Significant events of social and political life of this period is inextricably linked with the name N. Kobrynska, which encouraged women to educational and intellectual movement and organized the publication of women's Almanac «First Wreath».

Ideological and political basis N. Kobrynska's concerning organization of female movement in Halychyna at the edge of XIX-XX centuries was researched. Analysed proposed by N. Kobrynska ways of solving of female questions and need of consideration of the problem in the context of wide social and economic conversion.

The aim of the given research is to determine the peculiarities of ideological and political interpretation of the women's issue by Natalia Kobrynska as an important aspect of social and cultural development of the society and tasks as well as goals of organization of the women's movement as a way of gaining rights and liberties by women.

The most considerable contribution N. Kobrynska made into the development of ideas of the feminist theory. Her deep understanding of foundations of social progress is explained by maturity of her social and political position, her entire confidence in the necessity of women's liberation and ability to realize in practice main tasks of women's movement. Unfortunately, her emancipated work was not popular among the contemporaries, therefore her disappointment in the women's movement, failures in its consolidation and coordination, world view as well as ideological disagreements in the medium of the Galician intellectuals prevented N. Kobrynska from further self-realisation. But it was she who succeeded in laying solid foundations of the women's movement on the western Ukrainian territory and substantiated ideas of women's liberation politically and ideologically.

Keywords: feminism, female movement, female question, legal discrimination, civic equality.

Надійшла до редколегії 28.02.2013 р.

УДК: 321.01:342.228

Э. В. Мамонтова

Одесский региональный институт государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС: СИМВОЛИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Выявлена специфика государственного управления как политико-коммуникативного процесса. Раскрыты публично-административные аспекты символического модуса политики. Определены место и роль государственного протокола и церемониала как символической структуры политики и компоненты государственного управления в системе политической коммуникации.

Ключевые слова: государственное управление, политическая коммуникация, символ, государственный протокол и церемониал.

Публичная коммуникация является неотъемлемой составляющей перманентного процесса формирования и воспроизводства властно-управленческих отношений и институтов. Именно в коммуникативном пространстве происходит структурирование системы ценностей и ориентаций, положенных в основу существующего политического порядка, а также формируется арсенал легитимационных практик. Не случайно К. Дойч называл коммуникацию «нервной системой государственного управления» [1], определяя, что именно информация является фактором, который обуславливает модели политического поведения в обществе и, добавим, задает параметры политической системы в целом.

Пространство публичной коммуникации структурируется через информационный обмен смысловых значений, которые передаются не только текстуально (через слово, метафору, речь, обращение, прецедентный текст), но и с помощью структур визуальной и поведенческой природы. Так, и государственный флаг, и мемориальный комплекс, и ритуальную акцию можно рассматривать как инструмент информационного воздействия на социальную среду, а, значит, и как фактор обеспечения действенности системы властно-управленческих отношений. Как отмечал К. Берк, лишь незначительный фрагмент реальности человек познает через непосредственный опыт. Ее большая часть формируется вербально. Однако, всеобъемлющая картина складывается только благодаря системе символов [2, с. 5]. Таким образом, публичная коммуникация воспроизводится не только через устную или

письменную вербализацию, но и при помощи всякого знака, который передает сущность явления или предмета. Исходя из этого, самые разнообразные символические действия – от присяги государственного служащего до праздничного парада, можно рассматривать как акты публичной коммуникации.

Государство, как актер коммуникативного процесса, стремясь установить монополию на целенаправленное формирование ценностных и политических установок массовой аудитории, обращается к широкому арсеналу средств символического влияния. Результатом их применения становится сочетание жизненного пространства индивидов, их ассоциаций и групп с институциональным политическим порядком и наделение последнего субъективной значимостью. Иначе говоря, в результате органичного включения субъектов публичного управления в социальную картину мира, политическая власть приобретает ресурс доверия. Таким образом, знаково-символическое пространство следует рассматривать как неисчерпаемый источник ресурсного обеспечения легитимации институтов власти и процесса публичного управления в целом.

Не случайно, именно коммуникативный подход является доминирующим в современных исследованиях, посвященных символическому аспекту политики. Так, коммуникативная природа символизации как феномена политико-культурного порядка раскрывается в резонансных исследованиях западных авторов – М. Берга, Б. Дешарне, К. Дойча, Э. Канетти, Г. Лассуэлла, Ф. Тенниса, Д. Уилхелма и др. В аналогичном ключе анализируют сущность символической составляющей политики российские авторы А. Ахизер, И. Киселев, В. Попов, С. Поцелуев, А. Соловьев и их украинские коллеги П. Олещук, Л. Павлюк, Г. Почепцов, В. Речицкий, Д. Шидловский. В частности, согласно наблюдениям Э. Канетти, Г. Лассуэлла, Г. Почепцова, А. Соловьева, Ф. Тенниса, символический характер политической коммуникации выражается в том, что изолированные агенты способны конституироваться как политическая группа тем прочнее, чем больше они объединены на символическом уровне.

Отсюда можно предположить, что политика прежде всего связана с инструментальными элементами коммуникации, с присутствием в коммуникации символьных кодов, способных спровоцировать реакции и иррациональный отклик у подданных. В частности, в ряде работ Г. Лассуэлла доказывается положение о том, что ключевым предметом политической науки должны быть именно политическая коммуникация, распространение и воспроизведение политической символики и политическая пропаганда. По замечанию американского исследователя, использование символа как важнейшей аналитической единицы позволит выявить главные мотивы и скрытые намерения политических коммуникаторов. Кроме того, использование политических символов, в которых Г. Лассуэлл относит флаги, лозунги, политических лидеров, политические движения и т. п., рассчитано на эмоциональное восприятие, на пробуждение чувства лояльности индивида к власти [3, с. 16]. Итак, политическая символика является составляющей политической коммуникации, «языком власти» [4, с. 234-279], инструментом политического управления обществом.

Тем не менее, публично-управленческий аспект символического модуса политики до сих пор остается малоисследованным. Исходя из того, что субстанцией, которая объединяет в единое целое различные сферы социального бытия и позволяет согласованно и сбалансированно функционировать в режиме целостного общественного организма является политическая коммуникация, мы и предлагаем рассматривать управленческий процесс именно с позиций коммуникативистики.

Целью данной статьи является попытка определить общее и различное в публичном управлении и политической коммуникации на основе раскрытия их символической природы.

Как составная политической коммуникации, публичное управление реализуется в пространстве официальной публичной коммуникации – процессе информационного обмена, который включает этапы создания, отправки, получения, обработки сообщений, способных осуществлять влияние на политическую среду. Такое сообщение является содержательной единицей коммуникации, парцелированной идеей, которая кодируется при помощи специальных средств. Теоретикам и практикам в области политической коммуникативистики хорошо известно: если сообщение выражено текстуально, а его автор выступает субъект власти (речь Президента, устное или письменное обращение официального лица, нормативно-правовой акт, лозунг, агитационный призыв и т. п.), то результатом такой традиционной разновидности коммуникативной деятельности становится непосредственное и, как правило, краткосрочное влияние на реципиента. Значительно более ощутимым является эффект от косвенного воздействия через создание идеальных образов реальности. Именно последние формируют массовое сознание и задают векторы развития политического класса. Через сочетание вербальной информации с визуальными и поведенческими формами происходит максимальное отчуждение объектов, означаемых в

акте комунікації, що і дозволяє з їх допомогою формувати колективні представлення і переконання, і, як наслідок, керувати поведінкою соціума. Отже актор, отримуючий повноваження по систематизації, трактуванню і інтерпретації колективних представлень, і стає суб'єктом управління.

В разі з офіційною публічною комунікацією, під якою ми пропонуємо розуміти організоване, систематичне і масове поширення спеціально підготовлених повідомлень соціально значимого характеру з метою впливу на установки, переконання і поведінку суспільства, таким суб'єктом стає держава. Звернемо увагу, що призначення офіційної публічної комунікації заключається в необхідності позначити статусно-ритуальну сторону комунікації як такої. Адже акторами офіційної публічної комунікації виступають статусно-марковані індивіди або групи. Їх ієрархізація, отримання певного функціонально-ритуального статусу відбувається в публічних комунікативних актах як імпліцитно, так і в будь-яких експліцитних формах, закріплених нормами державного церемоніалу.

Звернемо увагу, що, на відміну від державного протоколу, який нормує комунікативний обмін у внешнеполітичній середі на інституціональному рівні і є достатньо постійною і автономною системою, закритою від зовнішніх впливів, державний церемоніал в кожній окремій країні є результатом складних, суперечливих процесів становлення національної концептосфери, формування державного символічного простору, позиціонування країни в світі. При цьому важливо відзначити, що поряд з державою, повноважним суб'єктом даних процесів виступає і суспільство. А це означає, що державний церемоніал слід розглядати не тільки як результат зусиль політичного класу по конструюванню соціальної реальності, скільки як інструмент забезпечення діалогу між суспільством і владою.

Даний діалог здійснюється в полі політичної комунікації, яку Р.-Ж. Шварценберг визначає як процес передачі політичної інформації, завдяки чому вона циркулює від однієї частини системи до іншої, а також між політичною і соціальною системами [5, с. 174]. По зауваженню Л. Пайя, під політичною комунікацією слід розуміти не односторонню направленість сигналів від еліти до маси, а весь діапазон неформальних комунікативних процесів в суспільстві, здійснюють різноманітне вплив на політику [6, с. 442].

Таким чином, поряд з звичайними способами реалізації комунікативного обміну – медійним, інституціональним і міжособистісним, комунікація може здійснюватися і з допомогою будь-якого знаку, нести смислове навантаження і виробляти текст, здатна впливати на стосунки між суб'єктами політичного процесу. Отже, в тканину політичної комунікації тісно вплітаються символічні структури різної модальності. З їх допомогою відбувається виробництво «семантично значимої в політичному контексті інформації – свідчень, якими в процесі конкретної суспільно-практичної діяльності обмінюються (збирають, зберігають, обробляють, поширюють і використовують) «джерела» і «споживачі» – індивіди, суспільства і інститути, взаємодіючі в суспільстві» [7, с. 72].

В свій час ще Ю. Буданцев в запропонованій концепції історичного розвитку системи засобів масової комунікації виділяв в кожній з комунікативних рівнів (масової, групової і міжособистісної) дві рівнозначні підсистеми: підсистему аудиторій (від сконцентрованих в просторі і часі малих аудиторій до великих і розподілених) і підсистему текстів (від матеріально не закріплених до матеріально закріплених в символах, знаках, образах) [8, с. 44-45]. З допомогою різноманітних семиотических засобів в суспільстві відбувається кругообіг соціально-значимої інформації, а домінування певного типу інформаційного впливу (інфлюація, наприклад, доказальство, переконання і т. д.) і рівень розвитку технічного забезпечення даного процесу визначають специфіку розвитку політичної комунікації в цілому, а також особливості функціонування окремих інформаційно-комунікативних систем, які є її складовими.

Однією з таких систем, забезпечуючих підтримку базових для політики комунікацій, виступає інформаційно-комунікативна система (далі – ІКС) в області публічного управління. Розглядаючи за Н. Вінером управління як окремий випадок комунікації, відзначимо, що головним ознакою управлінських систем як таких є обов'язкове наявність принципу зворотного зв'язу. Її універсальний характер визначається постійним двостороннім інформаційним обміном між компонентами системи. Саме здатність компонента, виконуючого управлінську функцію, відслідковувати, ловити і декодувати сигнали (інформацію), які надіє

управляемый, и является залогом действенности управленческой системы. Ведь реакция управляемого является свидетельством того, что управленческая команда была принята, понятна и выполняется [9, с. 12]. .

Не подлежит сомнению, что публичное управление как инструмент достижения целей политической системы, наряду с согласованием позиций политических акторов является составной частью процесса политической коммуникации и соответствует его фундаментальным характеристикам.

Так, неотъемлемым условием функционирования политической коммуникации и реализации процесса публичного управления является наличие двусторонней информационной связи. И публичное управление, и политическая коммуникация являются результатом деятельности участников процесса по интерпретации реальности, просмотру и анализу фактов, согласованию различных версий происходящего, корректировке, в случае необходимости, собственных позиций, принятию решений. И публичному управлению, и политической коммуникации в целом присуща восприимчивость к воздействиям внешней среды. Целью публичного управления и политической коммуникации является не просто предоставление информационных сообщений адресату, но осуществление влияния на его сознание и поведение, что становится возможным в условиях общепринятой языка информационного обмена.

В целом, среди свойств, объединяющих публичное управление и политическую коммуникацию можно определить такие, как массовость (предусматривает привлечение к процессу коммуникации широкого круга субъектов, большую аудиторию информационного воздействия, разветвленную сеть коммуникативных каналов) осознанность и телеологичность (направленны на достижение четко определенных целей); комплексность (достижение поставленной цели требует решения целого ряда взаимообусловленных задач); институализация коммуникативной деятельности (коммуникаторами выступают органы государственного управления, местного самоуправления или политические объединения – институционализированные группы и группы-ассоциации), наличие высокой степени легитимности (социальная перцепция влияния субъекта управления либо через его принятие на основе наличия в обществе устойчивых норм и традиций, либо через понимание необходимости и ощущение неизбежности социально-политических преобразований).

Впрочем, в отличие от политической коммуникации, где в информационном поле одновременно звучат, переплетаются и сталкиваются различные коммуникативные потоки, ИКС в области публичного управления, как составляющая политической коммуникации, не предусматривает конкуренции в выработке информационного продукта. Если предмет политической информационной кампании определяется спецификой и интересами ее целевых и адресных групп и зависит от понимания ее субъектом целей информационного воздействия и методов его осуществления, то органы публичного управления, учитывая масштаб их деятельности и степень социальной ответственности, ориентируются в своей коммуникативной политике на интересы значительно большего числа крупных целевых групп вплоть до общества в целом.

Кроме того, любой субъект информационного воздействия в сфере публичного управления является полностью подотчетным обществу в целом, общине подведомственной территории частности, а также высшим органам власти, в то время, как политическая коммуникация предполагает достаточно бесконтрольное использование манипулятивных технологий. Так, например, коммуникативная деятельность субъекта публичного управления регулируется на законодательном уровне, что делает невозможным применение техники «конструкций подтекста» (А. Коэн) [10, с. 183]. Данная практика, широко используемая в сфере политической коммуникации, предполагает целенаправленное искажение общепринятых и переносных значений вербальных, визуальных и поведенческих символических форм с целью влияния на содержание сообщений. С другой стороны, особенностью, которая принципиально отличает политическую коммуникацию от информационно-коммуникативной системы в области публичного управления, является наличие у последней властных (административных) ресурсов влияния на аудиторию в рамках общественно-властных отношений.

Впрочем, несмотря на определенные различия, следует учитывать, что коммуникация в сфере публичной власти – это, в некотором смысле, лишь звено в цепи непрекращающихся политических коммуникаций. Как отмечает Н. Пономарев, политический субъект, который еще не завоевал власть, находится в состоянии перманентной политической кампании, которая с приближением выборов плавно переходит в кампанию предвыборную, с официальной даты ее начала – в избирательную кампанию, а после завоевания власти – превращается в коммуникации в сфере органов государственной власти [11, с. 136].

Таким образом правомочным будет отметить, что трансформации, связанные с медиатизация общества, кардинально повлиявшие на процесс политической коммуникации,

в полной мере отразились и на сфере официальной публичной коммуникации. Благодаря нахождению новых форм доступа к информации в опосредованном публичном режиме в современном информационном обществе принципиально изменились сущность и характер политической коммуникации. Во-первых, под влиянием стремительного развития средств массовой коммуникации, способных обеспечить прямую и обратную связь субъектов коммуникативного процесса, возникло новое понятие публичности как характеристики социально-политического взаимодействия, которое воспроизводится вне локализованного общения, определенного категориями пространства и времени, и не предусматривает обязательного межличностного контакта. Во-вторых, количественные и качественные изменения в сфере технического обеспечения системы массовых коммуникаций сделали возможным доступность и открытость политической информации. В-третьих, за счет усиления форм опосредованного взаимодействия расширилась сфера применения символических форм, доступных и понятных для участников коммуникативного акта. Иными словами, процессы создания, воспроизведения и передачи сообщений, в частности установочного и политического характера, все более сочетаются с опосредованным символическим обменом. Время, как отмечает М. Грачев, расширение доступности символических форм во времени и пространстве меняет характер соотношения между публичным и частным, а также способы взаимодействия индивидов с публичной сферой [7, с. 177].

Появление публичности в политике связывают с процессами формирования достаточно насыщенного информационного пространства (рубеж XVIII-XIX вв.). По наблюдениям Ю. Хабермаса, определяющую роль в демократизации политической жизни сыграло развитие периодической печати, и, прежде всего, расцвет политической журналистики, что повлияло на формирование качественно иной, по сравнению с предыдущими эпохами, социальной среды. Именно демократическая общественность (Öffentlichkeit Ю. Хабермаса), сконцентрированная в салонах, кафе и других публичных местах, где обсуждались газетные публикации на актуальные политические темы, стала потенциальной основой для возникновения политической оппозиции – неотъемлемой составляющей демократического политического режима [12].

Сегодня, в XXI веке, характерным признаком которого является чрезвычайная информативная насыщенность, общество живет в публичном пространстве, открытость которого приняла виртуальный характер. Такая медийная публичность, тотально охватывая все стороны жизни индивида, формирует и его знания об окружающем мире, и образует его мировоззрение.

Вместе с тем, сегодня наблюдается процесс преобразования отношений между политикой и обществом, который, по терминологии Дж. Томпсона, определяется как опосредованное квазивзаимодействие [13]. Последнее является особым видом социальной интерактивности, которая предусматривает расширение доступа к информационно-смысловому содержанию в пространстве и времени, при том, что воспроизведение символических форм происходит без определения некоего круга потенциальных реципиентов, в результате чего коммуникативный процесс превращается в монолог. Информационный поток в данном случае имеет односторонний характер: получатель информации выступает в роли потребителя символических форм, производители которых не ставят целью (или не считают необходимым) получение прямого и неотложного ответа.

Усиление данной тенденции породило проблему «управления публичностью» как видимостью, открытостью субъекта власти. При том, что исторически контроль за режимом регулирования отношений между властью и ее видимостью всегда эффективно использовалась в качестве орудия управления, что блестяще доказал в своих работах М. Фуко [14], сегодня избыток публичности власти породил неизвестную ранее форму ее уязвимости. Любой публичный шаг официального лица, который отклоняется от общепризнанного стандарта поведения, будучи зафиксированным средствами массовой информации и прокомментированным наблюдателями, став, таким образом, доступным многомиллионной аудитории, может привести к непредсказуемым последствиям – вплоть до потери доверия и легитимности.

Урегулировать данное противоречие, по нашему убеждению, призван государственный протокол и церемониал как совокупность строго регламентированных и стандартизированных правил поведения высокопоставленных лиц в мероприятиях официального характера. При этом его потенциал как символического инструмента регулирования социально-политических отношений, может быть всесторонне раскрыт только при понимании знаковой природы всех его составляющих, которые проявляются в виде культурно-цивилизационных форм и поведенческих моделей.

Библиографические ссылки:

1. Deutsch K. W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control / K. W. Deutsch—London, Free Press of Glencoe, 1963. — 316 p.
2. Burke K. Language as Symbolic Action / K. Burke Berkeley, University of California Press, 1966. — 514 p.
3. Гнатюк О. Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Ласвелл (1902–1978) / О. Л. Гнатюк // Актуальные проблемы теории коммуникации. — СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. — С. 11–20.
4. Лассвелл Г. Язык власти / Г. Лассвелл; пер. с англ. // Политическая лингвистика. — Вип. 20. — 2006. — С. 264–279.
5. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология: В 3 ч. — Ч. 1 // Р.-Ж. Шварценберг; пер. с франц. — М. : Российская академия управления, 1992. — 180 с.
6. Pye L. Political Communication / L. Pye // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford—New York, 1987. — P. 442.
7. Грачов М. Н. Политическая коммуникация: Теоретические концепции, модели, векторов развития / М. Н. Грачов. — М. : Прометей, 2004. — 328 с.
8. Буданцев Ю. П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация / Ю. П. Буданцев. — М. : Мысль, 1979. — 262 с.
9. Винер Н. Человеческое использование человеческих существ: кибернетика и общество. // Винер Н. Человек управляющий. — СПб. : Питер, 2001. — С. 3–196.
10. Cohen A. Future Directions in Television News Research / A. Cohen // American Behavioral Scientist. — 1989. — Vol. 33. — P. 135–268.
11. Пономарев Н. Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда / Н. Ф. Пономарев. — Пермь: Издательство ПГТУ, 2007. — 184 с.
12. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас; пер. с нем. — СПб. : Наука, 2000. — 380 с.
13. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication / J. B. Thompson—Stanford, Calif. : Stanford University Press, 1990. — 362 p.
14. Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности / М. Фуко; пер. с фр. — М. : Магистериум—Касталь, 1996. — 446 с.; Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы / М. Фуко. пер. с фр. — М. : Ad Marginem, 1999. — 478 с.

Мамонтова Е. В. Публічне управління як політико-комунікативний процес: символічний аспект.

Виявлена специфіка державного управління як політико-комунікативного процесу. Розкрити публічно-адміністративні аспекти символічного модусу політики. Визначені місце і роль державного протоколу та церемоніалу як символічної структури політики та компоненти державного управління в системі політичної комунікації.

Ключові слова: державне управління, політична комунікація, символ, державний протокол та церемоніал.

Mamontova E. Public administration as a political-communication process: the symbolic aspect.

The purpose of this article is an attempt to define general and great in the public administration and political communication based on the disclosure of their symbolic nature. The specificity of public administration as a political-communication process are defined. The public administrative aspect of symbolic modus of politics are disclosed. Been defined on this basis, the role and place of state protocol and ceremony as a symbolic structure of policy and component of public administration in the system of political communication. Concluded that resolve the conflict between openness and publicity of modern politics can protocol and ceremonial as a set of strict regulation and standards adopted by the rules of conduct of officials in the official activities.

Keywords: public administration, political communication, symbol, state protocol and ceremonial.

Надійшла до редколегії 26.02.2013 р.

УДК 32:316.722.

О. В. Онопко

Донецький національний університет

ПОЛІТИЧНА МІФОЛОГІЯ ПАРЛАМЕНТСЬКОЇ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2012 Р. В УКРАЇНІ: СПЕЦИФІКА ГЕРОЇКИ ТА ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ЧИННИК

Автором проаналізовані основні політичні міфи парламентської виборчої кампанії 2012 р. в Україні. З'ясована штучність і ситуативність їх природи, наголошено на розбіжності героїки міфів та української ментальності. Зроблений висновок щодо кризового стану української передвиборчої міфології та деструктивного використання цивілізаційної специфіки українського народу.

Ключові слова: парламентська виборча кампанія 2012 р., політичний міф, українська ментальність, героїка, цивілізація

Виборча кампанія 2012 р. в Україні стала черговим етапом існування вітчизняної політичної міфології. Як і раніше, політичні міфи відіграли одну з провідних ролей у передвиборчій боротьбі між партіями та окремими кандидатами, визначально впливаючи на ефективність формування і впровадження їхніх стратегій.

Визначальний внесок у вивчення політичної міфології серед вітчизняних вчених здійснили М. Головатий та Ю. Шайгородський, політична міфологія виборчих кампаній була предметом наукових праць О. Мадриги, Н. Пробийголови, О. Яцунської та інших. Серед зарубіжних дослідників у сферу своїх наукових інтересів передвиборчу міфологію включають чимало