

кою і залишати нам поле для маневру відповідно до динаміки економічних, політичних, соціальних та інших змін. Досвід Швейцарії свідчить, що білатеральні угоди, укладені в межах асоціації, забезпечують якнайкращі умови для такого маневру в умовах кризи євросони.

Незважаючи на те, що в Україні домінує прагнення розбудувати стосунки з Євросоюзом із перспективою набуття членства, ключовим між Києвом і Брюсселем залишається двосторонній формат відносин. Іншим формам взаємодії України з Європейським Союзом, зокрема в рамках Східного партнерства, притаманні компліментарність, тимчасовість, низький рівень ефективності. Укладання угод про асоціацію та поглиблену і всеосяжну зону вільної торгівлі сприятиме зміцненню саме двостороннього формату відносин. У цьому контексті особливого значення набутиме комплексна рецепція тривалого досвіду розвитку певних форматів білатералізму Швейцарії та ЄС, що може стати продуктивною основою для більш ефективної реалізації національних пріоритетів України в євроінтеграційному контексті.

Література

1. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики : Закон України від 01.07.2010 № 2411-VI [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 40. – ст. 527. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>
2. Vahl M., Grolimund N. Integration without Membership: Switzerland's Bilateral Agreements with the EU / M. Vahl, N. Grolimund. – Brussels : Centre for European Policy Studies, 2006. – 122 p.
3. Dupont C., Sciarini P. Back to the future. The first round of bilateral negotiations with the EU / C. Dupont, P. Sciarini / Switzerland and the European Union: A close contradictory and misunderstood relationship ; ed. by C. Church. – London, New York : Routledge, 2007. – 284 p.
4. Lavenex S. Switzerland's Flexible Integration in the EU: A Conceptual Framework / S. Lavenex // Swiss Political Science Review. – 2009. – Vol. 15. – № 4. – P. 547-575.
5. Schwok R. Suisse – Union Europeenne: l'adhesion impossible? / R. Schwok. – Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 2006. – 142 p.
6. Ruffe G. Switzerland and the European Union: A model for Britain. Global-vision [Electronic recourse] / Glen Ruffe. – Accessed mode : <http://www.global-vision.net/files/downloads/download544.pdf>
7. Денисюк В. Опыт двухсторонних соглашений Швейцария-ЕС и выводы для европейских стран СНГ / В. Денисюк // Общество и экономика. – 2003. – № 1. – С. 34-42.
8. Юданов Ю. И. Швейцария и Евросоюз: трудные поиски партнерства / Ю. И. Юданов // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 2. – С. 44-53.
9. Вакулич В. М. Політичні детермінанти зближення України з Європейським Союзом : автореф. дис. ...канд. політ. наук / В. М. Вакулич. – К., 2001. – 15 с.
10. Вінникова Н. А. Інституційний вимір зовнішньої політики Європейського Союзу

- (політологічний аспект) : автореф. дис. ...канд. політ. наук / Н. А. Вінникова. – Х., 2007. – 16 с.
11. Пристайко О. Є. Політика Європейського Союзу стосовно України : автореф. дис. ...канд. політ. наук / О. Є. Пристайко. – К., 2004. – 18 с.
 12. Халаджи В. В. Європейська політика сусідства: роль та місце України / В. В. Халаджи. – К. : Науковий світ, 2012. – 218 с.
 13. Цюблер Г. Швейцарія – стабільна, конкурентоспроможна країна: досвід для України [Електронний ресурс] / Георг Цюблер // Економічний часопис-XXI. – 2010. – № 1-2. – С. 21-25. – Режим доступу : <http://soskin.info/ea/2010/1-2/20109.html>
 14. Atteslander J., Fluckiger P., Baur P. Switzerland and the EU: Bilateralism in mutual interest / J. Atteslander, P. Fluckiger, P. Baur. – Bern : Stampfli Publikationen AG, 2010. – 60 p.
 15. Dirksen R. G. Der Zusammenhang zwischen Verfassungs – und Europafrage: die Grenzen einer Verfassungsreform in der Schweiz / R. G. Dirksen // Zeitschrift fur offentliches Recht. – 1996. – Nr. 125. – S. 121-144.
 16. Rapport du Conseil federal sur l'evaluation de la politique europeenne de la Suisse du 17 septembre 2010 [Electronic recourse]. – Accessed mode : www.admin.ch/ch/f/ff/2010/6615.pdf

Стаття надійшла до редакції 18.04.2013

References

1. The Supreme Council of Ukraine (2010). On the basis of domestic and foreign policy (Law of Ukraine). *News of The Supreme Council of Ukraine*, 40, art. 527. Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2411-17> (in Ukr.).
2. Vahl, M., & Grolimund, N. (2006). *Integration without Membership: Switzerland's Bilateral Agreements with the EU*. Brussels: Centre for European Policy Studies.
3. Dupont, C., & Sciarini, P. (2007). Back to the future. The first round of bilateral negotiations with the EU. In C. Church (Ed.), *Switzerland and the European Union: A close contradictory and misunderstood relationship*. London, New York: Routledge.
4. Lavenex, S. (2009). Switzerland's Flexible Integration in the EU: A Conceptual Framework. *Swiss Political Science Review*, 15(4), 547-575.
5. Schwok, R. (2006). *Suisse – Union Europeenne: l'adhesion impossible?* Lausanne: Presses polytechniques et universitaires romandes (in French).
6. Ruffe, G. (2013). *Switzerland and the European Union: A model for Britain*. Global-vision. Retrieved from <http://www.global-vision.net/files/downloads/download544.pdf>
7. Denysyuk, V. (2003). The Experience of Switzerland – EU Bilateral Agreements and conclusions for the European CIS countries. *Society and Economy*, 1, 34-42 (in Rus.).
8. Yudanov, Yu. I. (2002). Switzerland and the European Union: the difficult search for partnership. *World Economy and International Relations*, 2, 44-53 (in Rus.).
9. Vakhulch, V. M. (2001). *Political determinants of rapprochement of Ukraine and the European Union* (Dr. polit. sci. diss.). Kyiv, Ukraine (in Ukr.).
10. Vynnykova N. A. (2007). *Institutional dimension of foreign policy of the European Union (political aspect)*. (Dr. polit. sci. diss.). Kharkiv, Ukraine (in Ukr.).
11. Prystayko, O. Y. (2004). *Policy of the European Union towards Ukraine*. (Dr. polit. sci. diss.). Kyiv, Ukraine (in Ukr.).
12. Haladjy, V. V. (2012). *European neighborhood policy: role and place of Ukraine*. Kyiv: Naukovyi svit (in Ukr.).
13. Zubler, G. (2010). Switzerland – stable, competitive country: Experience for Ukraine. *The Economic Annals-XXI Journal*, 1-2, 21-25 (in Ukr.).
14. Atteslander, J., Fluckiger, P., & Baur, P. (2010). *Switzerland and the EU: Bilateralism in mutual interest*. Bern: Stampfli Publikationen AG.
15. Dirksen, R. G. (1996). Der Zusammenhang zwischen Verfassungs – und Europafrage: die Grenzen einer Verfassungsreform in der Schweiz. *Zeitschrift fur offentliches Recht*, 125, 121-144 (in German).
16. *Rapport du Conseil federal sur l'evaluation de la politique europeenne de la Suisse* (2010). Retrieved from <http://www.admin.ch/ch/f/ff/2010/6615.pdf> (in French).

Received 18.04.2013



I. В. Рыбак

аспірант, старший викладач кафедри суспільних наук, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», Київ, Україна
irybak106@gmail.com

ВЕКТОРИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЛЕГІТИМАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2012 РОКУ)

Анотація. Актуалізовано проблему співвідношення маніпулятивних та легітимісційних практик сучасного політикуму України в контексті парламентських виборів 2012 року. Визначено закономірності впровадження інформаційно-маніпулятивних технологій в електоральний процес та їх легітимісційний потенціал.

Ключові слова: політична легітимісція, легітимісційний потенціал, інформаційно-маніпулятивні технології, електоральний процес, мас-медіа.

I. В. Рыбак

аспірант, старший преподаватель кафедры общественных наук, Университет экономики и права «КРОК», Киев, Украина

ВЕКТОРЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-МАНИПУЛЯЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЕГИТИМАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС УКРАИНЫ (НА ПРИМЕРЕ ПАРЛАМЕНТСКИХ ВЫБОРОВ 2012 ГОДА)

Аннотация. Актуализирована проблема соотношения манипуляционных и легитимационных практик современного политикума Украины в контексте парламентских выборов 2012 года. Определены закономерности внедрения информационно-манипуляционных технологий в электоральный процесс, а также их легитимационный потенциал.

Ключевые слова: политическая легитимация, легитимационный потенциал, информационно-манипуляционные технологии, электоральный процесс, масс-медиа.

Iryna Rybak

Ph.D. Student, Senior Lecturer, «KROK» University, Kyiv, Ukraine

THE VECTORS OF THE INFORMATION AND MANIPULATIVE TECHNOLOGIES IMPLEMENTATION IN PROCESSES OF LEGITIMATION IN UKRAINE (BY THE EXAMPLE OF THE 2012 PARLIAMENTARY ELECTIONS)

Abstract. In the article, the problem of correlation between the modern manipulative practices and legitimation in the context of parliamentary elections in 2012 in Ukraine is actualized. The important factors of such interdependence formation are the processes of technologization and mediatization of contemporary politics and its decisive practices.

Thus, the process of political legitimation based on the communication and exchange of information, does not exclude the possibility of the application of appropriate technologies and strategies for achieving political legitimacy. This conceptual dimension stipulates the necessity of the analysis of the information and manipulative technologies implementation in the electoral space and the legitimation process of Ukraine in conditions of parliamentary elections held in 2012.

As the result of the research, the regularities of the implementation of information and manipulative technologies in the electoral process and their legitimation potential have been defined. Particularly, political representation in the electoral process in 2012 in Ukraine took place mainly in the media format and in dimensions of so-called «media logic», «entertaining politics» and other. The key strategic vectors of realization the information and manipulative technologies in legitimation processes of the election campaign-2012 in Ukraine have been determined. Namely, it has been focused on the political image creating and the delegitimation of the opponent.

Key words: political legitimation; legitimation potential; information and manipulative technologies; electoral process; mass media.

JEL Classification: D83, E61

Постановка проблеми. Політична легітимація набуває нових рис співвідносно із трансформацією сучасної суспільно-політичної сфери. До числа таких ґрунтовних метаморфоз слід віднести зміну власне механізму легітимаційного процесу, де взаємодія (комунікація) громадянського суспільства і політичної системи опосередковується новим учасником – мас-медіа. Останні відповідно набувають значного легітимаційного потенціалу, тобто здатності впливати на результативність цього процесу. Відтак виникає реальна небезпека застосування маніпулювання як легітимаційної стратегії та впровадження різноманітних інформаційно-маніпулятивних технологій з метою досягнення суспільно-політичного визнання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На рівні наукового дискурсу проблема новітніх вимірів процесу політичної легітимації є доволі актуальною та багатогранною. Вагомий внесок у дослідження сучасних легітимаційних практик належить таким відомим західним ученим, як: Л. Беннетт (*L. Bennett*), П. Бурдьє (*P. Bourdieu*), Р. Ентман (*R. Entman*), Д. Істон (*D. Easton*), М. Кастельс (*M. Castells*), У. Ліппман (*W. Lippmann*), Е. Лоу (*E. Louw*), Н. Луман (*N. Luhmann*), Б. Макнейр (*B. McNair*), О. Тоффлер (*A. Toffler*), Ю. Хабермас (*J. Habermas*) та ін. До числа комплексних досліджень із вищезначеної проблематики варто також віднести праці російських дослідників, серед яких: Д. Березняков, О. Вертешин, А.-Н. Дібіров, С. Кара-Мурза, О. Соловйов та ін.

У вітчизняній науці свій ґрунтовний науковий доробок у пізнанні новітніх граней політичної легітимації презентують: І. Бенцал, О. Висоцький, О. Гуляєв, В. Кривошеїн, А. Міщенко, В. Набруско, М. Ніколько, П. Олещук, Г. Почепцов, Л. Спинка, М. Тур, Є. Цокур та ін. Водночас, попри різноманітність дослідницьких контекстів можна стверджувати про становлення певних спільних вимірів осмислення сутності сучасних легітимаційних практик.

Дослідники підкреслюють, що сучасний прагматизований політикум, у тому числі й легітимаційний процес, орієнтований на конкретний результат, який забезпечують ефективні політичні технології та маніпулятивні стратегії. Виходячи з цього, у науковий оборот впроваджено концепти, що розглядають політичну легітимацію як технологізований процес, яким потенційно можна керувати. Наприклад: «інженерія згоди» (*«the engineering of consent»*) [1], «виробництво згоди» (*«the manufacture of consent»*) [2, с. 23], «легітимаційна політика» [3], «технології легітимації» [4, с. 98] тощо.

Це однією гранню сучасного осмислення легітимаційного процесу є розуміння його сутності в контексті комунікативної взаємодії та інформаційного обміну. Відповідно досягнення суспільного визнання залежить, перш за все, від якості віртуального (інформаційно-комунікативного)

середовища політичної легітимації, що обумовлює необхідність його цілеспрямованого конструювання. Така констатація цілком виправдовує включення в дослідницький контекст легітимаційного процесу всієї різноманітності сучасних практик політичного маніпулювання і визнання інформаційно-маніпулятивних технологій важливими структурними одиницями конструювання віртуального простору легітимації.

У вищезначеному вимірі електоральний процес як особливий простір легітимаційного процесу має значний пізнавальний потенціал. Адже динамізм, конкурентність, інформаційна насиченість, а головне, лімітованість часу, спонукають його учасників до активного впровадження саме інформаційно-маніпулятивних технологій впливу на позицію електорату.

Звідси, **метою статті** є концептуалізація легітимаційного потенціалу інформаційно-маніпулятивних технологій на рівні аналізу векторів їх впровадження в електоральний процес України в контексті парламентських виборів 2012 р. **Ключові завдання нашої розвідки:** виявити закономірності застосування інформаційно-маніпулятивних технологій в електоральному просторі політичної легітимації; визначити співвідношення між використанням вищезначених технологій та конкретним електоральним результатом суб'єктів вітчизняного виборчого процесу 2012 р.

Основні результати дослідження. Електоральний процес є практичним виміром політичної легітимації. Виходячи з цього, ключові суб'єкти виборчих перегонів – це суб'єкти легітимаційного процесу, а їх електоральні стратегії – стратегії досягнення суспільного визнання. Останні базуються на цілеспрямованому конструюванні інформації у вигляді певних імідж-образів, ідей, гасел, повідомлень, що виступають первинним фактором впливу на позицію електорату, тобто на процес досягнення легітимності.

Отже, побудова необхідного інформаційно-комунікативного простору для суб'єктів виборчих перегонів – це не лише невід'ємна складова якісного електорального менеджменту, а й легітимаційна стратегія, що передбачає впровадження певних інформаційно-маніпулятивних технологій. Останні, в контексті досліджуваної проблематики, слід визначати в декількох змістовних вимірах: як різновид політичних технологій, що забезпечують досягнення політичного результату; як виборчі технології, що справляють цілеспрямований вплив на свідомість та електоральну поведінку громадян; як інформаційно-політичні технології, що спрямовані на ефективну політичну комунікацію і ґрунтуються на маніпулюванні інформацією.

З огляду на це аналіз легітимаційного потенціалу інформаційно-маніпулятивних технологій та векторів їх впровадження в національний виборчий процес 2012 року має декілька рівнів.

Перший рівень передбачає визначення ключових об'єктивних чинників, що потенційно поглиблюють процес технологізації легітиміаційних практик і зумовлюють ефективність вищезначених технологій. Зокрема, важливу роль у цьому відіграє тенденція посилення взаємозалежності та взаємодії політикуму і мас-медіа, що в сучасній науці визначається як процес політичної медіатизації [5, с. 447].

На практиці подібний симбіоз виявляється в максимальному використанні суб'єктами виборчого процесу потенціалу мас-медіа (телебачення, радіо, сайти, соціальні мережі, блоги) та відповідних мас-медійних форматів (реклама, політичні новини, ток-шоу/реаліті-шоу, передачі, фільми) тощо. Така багатоманітність варіантів є надійною запорукою постійної медіаприсутності суб'єктів виборчого процесу, фактором їх електоральної впізнанності й популярності. Експерти засвідчують чітку кореляцію між електоральними результатами учасників виборчих перегонів 2012 р. та їх медіаприсутністю. Вочевидь лідерами уваги в новинах як серед політичних партій, так і серед окремих політиків, були «провідні гравці на політичному полі», що «мають високі рейтинги в опитуваннях громадської думки» [6, с. 13]. Особливо показовим, у цьому випадку, є успіх таких політичних суб'єктів, як партія «УДАР», ВО «Свобода», КПУ тощо. Їх комплексна медіаприсутність, на наш погляд, й обумовила досить позитивний та відносно деяких акторів навіть неочікуваний електоральний результат.

Проте електоральний процес 2012 року продемонстрував й інший, «тіньовий» бік медіа-політичних взаємовідносин, зокрема наявність у більшості політичних суб'єктів серйозних важелів впливу на інформаційне поле у країні. Наприклад, було виявлено чимало замовних інформаційних матеріалів і т.зв. політичної «джинси» в мас-медіа в умовах виборчих перегонів 2012 року. За результатами моніторингу загальнонаціональних друкованих видань та Інтернет-ресурсів, проведеного Інститутом масової інформації, «практично всі політичні сили у своїй передвиборчій кампанії використовували «джинсу» [7].

Сутнісним проявом медіатизації політикуму є його репрезентація крізь призму ракурсів т.зв. медіалогики, як-от: спрощення, поляризація, драматизація, персоналізація, візуалізація, стереотипізація, панування канонів шоу-бізнесу тощо [5, с. 446]. Це, на слуху думку італійського вченого Г. Маззоліні (*G. Mazzoleni*), типово для «постмодерних виборчих кампаній», де «конструювання іміджу, сенсаційність, спокуса, конфлікт є комунікативним інструментарієм для кандидата» [5, с. 447]. Відтак переважає медіа-логіка репрезентації політики в медіа зумовлює її повноцінну трансформацію співвідносно із законами розважального жанру [8, с. 6]. До такого висновку спонукають і емпіричні дослідження національного медіа-контенту в умовах виборчого процесу 2012 року. Фахівці відзначають, що «серед подій, найчастіше висвітлюваних у новинах..., лідирують ті, що спочатку дістали неоднозначну інтерпретацію через великий публічний розголос, а також пригломшливі, скандальні. До них, наприклад, належать події навколо ув'язнення лідерів опозиції Юлії Тимошенко та Юрія Луценка, ухвалення Верховною Радою «мовного закону» і акцій протесту, які він викликав» [6, с. 13].

Другим рівнем аналізу досліджуваної проблематики є сутнісний вимір упровадження інформаційно-маніпулятивних технологій суб'єктами вітчизняного виборчого процесу 2012 року. Важливо відмітити, що їх спрямованість визначається цілями виборчих кампаній та електоральними стратегіями кожного з учасників перегонів. Зміст цих стратегій переважно полягає в посиленні власної легітимності й дискредитації (делегітимації) опонентів. У контексті ж електоральної боротьби 2012 року в Україні політична легітимація досягалася за умови делегітимації суперника. Тому спільним для всіх учасників перегонів напрямом реалізації інформаційно-маніпулятивних технологій було забезпечення якісного електорального протиставлення та дієвого протистояння. Вітчизняний соціолог І. Бекешкіна, прогнозуючи пе-

ребіг виборчого процесу 2012 року, влучно відзначила: «На полі партійної конкуренції ми бачитимемо суцільний антагонізм із боку опозиції: «яка мерзотна влада – голосуйте за нас». А з боку влади: «хочете стабільності – голосуйте за нас». Це буде поляризація, голосування «проти», а не «за» [9]. Тому важко не погодитися з думкою дослідників про те, що сучасний український політикум є джерелом та каталізатором поширення мови ворожнечі, мови ненависті у країні, особливо в умовах виборів [10].

Важливо відмітити, що ця та інші лінії впровадження технологій інформаційно-маніпулятивного впливу охоплюють усі можливі виміри конструювання комунікативного простору. Серед них вітчизняний учений Г. Почепцов виділяє символічний, візуальний, подієвий, міфологічний, комунікативний [11, с. 12–33]. Причому ефективність кожного із стратегічних векторів інформаційно-маніпулятивних технологій забезпечується комплексною дією в усіх вищезначених контекстах. Ситуацію полегшує економічна залежність медіа від політики в нашій країні. Це підтверджують висновки експертів, зокрема: «Канали мали чіткі політичні пререференції, що відобразалося як у новинах, так і в поданні політичної реклами» [6, с. 30]. Вони відзначають, що «під час цієї виборчої кампанії кількість політичної антиреклами була найвищою за всі попередні вибори» [6, с. 36].

Доволі суттєвою заувагою в контексті нашої розвідки слід вважати позицію вітчизняного фахівця Д. Богуша, який підкреслює, що розвиток партійної системи України відбувається не за класичними світовими канонами, а за двома напрямками – лідерському та рекламно-брендовому [12]. Синтез цих двох складових зумовлює необхідність виокремлення іміджевої орієнтації як окремого спрямування впроваджуваних інформаційно-маніпулятивних технологій. Було очевидно, що велику вагу в електоральних стратегіях учасників перегонів мав імідж-образ лідера, його особистість. Це можна пояснити тим, що український політикум значною мірою персоналізований, а ключові гравці виборчих перегонів у своїй більшості представлені досить харизматичними та самодостатніми політиками.

Слід виділити декілька вимірів створення інформаційно-комунікативних контекстів іміджевою позиціонування. Перший – конструктивний, що передбачає просування бажаних іміджевих характеристик політичного суб'єкта, створюючи для цього численні позитивні контексти на рівні спеціально сконструйованих суспільно значущих подій, інформування виборців із ключових питань політичної програми під час особистих зустрічей, мітингів, флеш-мобів, інших варіантів політичного перформенсу, а також у вимірі різних медіа-форматів.

Другий вимір – деструктивний, що базується на лінії протиставлення, містить негативізм і системну дискредитацію опонентів. Фактично, парламентські вибори 2012 р. в Україні підтвердили дієвість цього варіанту іміджевої лінії впроваджуваних інформаційно-маніпулятивних технологій. Ключовим форматом тут було протистояння політичних суб'єктів «влада-опозиція». Тому власний інформаційно-комунікативний легітиміаційний простір прибічники такої тактики вибудовують на підґрунті комплексної негативізації опонентів.

Під час електоральної боротьби 2012 року було чимало варіацій у рамках цього напрямку. На рівні вербальної електоральної риторики впроваджувались образи «жертв антинародного режиму», долалася «руїна» після діяльності попередників, проголошувалася «час удару», створювалася «армія» для війни з режимом чи боротьби з «абсолютним злом», для отримання вищого сенсу життя треба було «вбити кілок у серце олігархії, неодиктатури, українофобії» тощо [13; 14]. Принагідно зауважимо, що через відсутність у національному політикумі чіткої структурованої ідеологічної ідентифікації ключові гравці виборчого процесу – політичні партії та їх політичні лідери – кон'юнктурно використовують лише окремі ідеологізовані й стереотипізовані політичні позиції. Наприклад, питання історії, віри, мови тощо [15]. Саме такі елементарні поверх-

неві стереотипи національної свідомості слугують засобом упізнанності та іміджевого позиціонування політичних суб'єктів електорального процесу 2012 року.

Висновки. На основі аналізу векторів упровадження інформаційно-маніпулятивних технологій у легітимізаційний процес України в умовах виборчої кампанії 2012 року ми дійшли таких висновків: по-перше, результати електоральної боротьби корелюють з інтенсивністю використання інформаційно-маніпулятивних технологій під час виборчих перегонів; по-друге, конструювання віртуального інформаційно-комунікативного простору політичної легітимізації здійснювалося переважно в медійних форматах; по-третє, ключовою запорукою ефективності впроваджуваних інформаційно-маніпулятивних технологій є їх комплексний характер та стратегічна спрямованість на всі контексти конструювання віртуального простору легітимізації (вербальний, подієвий, комунікативний, символічний).

Крім того, вагомими чинниками ефективності інформаційно-маніпулятивних технологій під час електоральної боротьби 2012 року стали розгортання політичної медіаізації, тенденції якої засвідчують високий рівень взаємозалежності медіа і політики, а також панування «медіалогіки» політичної репрезентації.

У цілому, парламентські вибори 2012 року в Україні засвідчили високий легітимізаційний потенціал упроваджуваних інформаційно-маніпулятивних технологій для всіх суб'єктів виборчих перегонів. У цій площині політичним успіхом, на наш погляд, можна вважати: електоральну перемогу КПУ, ВО «Свобода», партії «УДАР»; повернення в політику деяких делегітимізованих суб'єктів – наприклад, В. Ющенко, В. Медведчука (останній хоч і не брав участі у виборах, проте власну інформаційну стратегію політичної реабілітації будував саме на фоні парламентських виборів); динамічний інформаційний прорив й узурпацію власної легітимізаційної ніші у віртуальному просторі такими технологічними партіями, як «Україна – Вперед!», Радикальна партія.

Отже, електоральний процес 2012 року став показовим прикладом утвердження інформаційно-маніпулятивної системи мотивації українських виборців за допомогою комплексу впроваджуваних технологій, легітимізаційний потенціал яких уже не викликає сумніву, а стимулює до роздумів та актуалізує необхідність подальших досліджень.

Література

1. The Engineering of Consent [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://en.wikipedia.org/wiki/The_Engineering_of_Consent
2. McNair B. An Introduction to Political Communication / Brian McNair. – 5th ed. – London : Routledge, 2011. – 256 p.
3. Висоцький О. Ю. До питання про інформаційні технології легітимізаційної політики / О. Ю. Висоцький // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія: наук. журн. – 2009. – № 3. – С. 44–50.
4. Цокур Є. Г. Легітимність політичної влади: джерела, особливості, перспективи : монографія / Євген Георгійович Цокур. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. – 330 с.
5. Encyclopaedia of political communication ; edited by L. Lee Kaid, C. Holtz-Bacha. – Los Angeles : Sage Publications, 2008. – 1104 p.
6. Доступ до медіа: вибори 2012 : аналітичний звіт ; за ред. Н. В. Костенко та В. Ф. Іванова. – К. : АУП, ЦВР, 2012. – 72 с.

7. Політична «джинса» у період виборів 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://imi.org.ua/jeance_monitoring/39395-politichna-djinsa-u-period-vivoriv.html
8. Jones J. P. Entertaining Politics: Satiric Television and Political Engagement / Jeffrey P. Jones. – 2nd. ed. – Lanham, MD : Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2010. – 315 p.
9. Ткачук М. «Фішки» і страхи виборів-2012 [Електронний ресурс] / М. Ткачук. – Режим доступу : http://www.ukrudprom.ua/digest/Fshki_strahi_vivorv2012.html?print
10. Костюк Б. Мову ворожнечі в Україні поширюють політики – експерти [Електронний ресурс] / Б. Костюк. – Режим доступу : <http://www.radiovoboda.org/content/article/24740474.html>
11. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 1999. – 352 с.
12. Богуш Д. Будущее идеологии украинских партий [Електронний ресурс] / Д. Богуш. – Режим доступу : http://www.bohush.org.ua/publikacii/detail.php?ELEMENT_ID=437
13. Оприлюднено передвиборне звернення Тимошенко до українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/1413143-oprilyudneno-peredviborne-zvernennya-timoshenko-do-ukrayinciv>
14. Павлюк Л. Електоральні дискурси парламентських змагань-2012: купівля квитків на війну [Електронний ресурс] / Л. Павлюк. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/elektoralni-dyskursy-parlamentskykh-zmahan-2012-kupivlya-kvytkiv-na-viynu.html>
15. Тищенко Ю. Про політику ідентичності: виборча кампанія до Верховної Ради України 2012 року / Ю. Тищенко [Електронний ресурс]. – К. : УНЦПД, 2012. – 14 с. – Режим доступу : http://www.ucipr.kiev.ua/userfiles/policy_identity_election2012.pdf

Стаття надійшла до редакції 11.04.2013

References

1. The Engineering of Consent. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/The_Engineering_of_Consent
2. McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5th ed.). London: Routledge.
3. Vysotskyi, O. Y. (2009). Concerning information technology of the legitimacy policy. Library Science. The documentation. *Informology*, 3, 44-50 (in Ukr.).
4. Tsour, E. G. (2009). *The legitimacy of political power: sources, peculiarities and prospects*. Kyiv: Publishing National Pedagogical University (in Ukr.).
5. *Encyclopaedia of political communication* (2008). In L. Lee Kaid, & C. Holtz-Bacha (Eds.). Los Angeles: Sage Publications.
6. *Access to Media: Elections 2012* (Analytical Report). In N. V. Kostenko, & V. F. Ivanov (Eds.). Kyiv: AUP (in Ukr.).
7. *Political «jeans» during elections* (2012). Retrieved from http://imi.org.ua/jeance_monitoring/39395-politichna-djinsa-u-period-vivoriv.html (in Ukr.).
8. Jones, J. P. (2010). *Entertaining Politics: Satiric Television and Political Engagement* (2nd ed.). Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.
9. Tkachuk, M. (2012). «Tricks» and fears of the elections-2012. Retrieved from http://www.ukrudprom.ua/digest/Fshki_strahi_vivorv2012.html?print (in Ukr.).
10. Kostyuk, B. (2012). *Language of enmity in Ukraine is spreading by politics – experts* (expert opinion). Retrieved from <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24740474.html> (in Ukr.).
11. Pochepstov, G. (1999). *Communication technologies of XX-th century*. Moscow: REFL-book (in Rus.).
12. Bogush, D. (2012). *The Future of the ideology of Ukrainian parties*. Retrieved from http://www.bohush.org.ua/publikacii/detail.php?ELEMENT_ID=437 (in Rus.).
13. *Tymoshenko's pre-election appeal to the Ukrainians was published* (2012). Retrieved from <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/1413143-oprilyudneno-peredviborne-zvernennya-timoshenko-do-ukrayinciv> (in Ukr.).
14. Pavlyuk, L. (2012). *Electoral discourses of 2012 parliamentary elections: buying tickets to the war*. Retrieved from <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/elektoralni-dyskursy-parlamentskykh-zmahan-2012-kupivlya-kvytkiv-na-viynu.html> (in Ukr.).
15. Tyschenko, J. (2012). *About the identity policy: the election campaign to the Verkhovna Rada of Ukraine in 2012*. Kyiv: UCIPR. Retrieved from http://www.ucipr.kiev.ua/userfiles/policy_identity_election2012.pdf (in Ukr.).

Received 11.04.2013

Різні погляди – одна держава

аналітика, новини, коментарі
на інформаційно-аналітичному порталі
Інституту трансформації суспільства

www.osp-ua.info