

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М. П. ДРАГОМАНОВА**

ОНОПКО Олег Володимирович

УДК 32:316.722

**ПОЛІТИЧНІ МІФИ У ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ
ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ 2004 І 2010 РР. В УКРАЇНІ**

23.00.03 – політична культура та ідеологія

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук



Київ – 2014

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі політології Донецького національного університету.

Науковий керівник – доктор політичних наук, доцент
НАГОРНЯК Тетяна Леонтіївна,
Донецький національний університет,
кафедра політології, професор,
історичний факультет, в. о. декана.

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, доцент
КУЦ Галина Михайлівна,
Харківський національний педагогічний
університет імені Г. С. Сковороди,
кафедра політології, соціології
та культурології, професор;

кандидат політичних наук, доцент
КОЛІСНІЧЕНКО Роман Миколайович,
Кіровоградський інститут Приватного
акціонерного товариства Вищий навчальний
заклад «Міжрегіональна академія управління
персоналом», директор.

Захист відбудеться 24 грудня 2014 року о 14 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.12 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ – 30, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ – 30, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розіслано 22 листопада 2014 року

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



О. Я. Волянук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасні реалії політичної конкуренції, боротьби за державну владу й електоральні настрої в умовах переходу до демократії значною мірою провокують суспільство до застосування в інформаційній боротьбі стереотипів, міфів, слоганів і гасел. Політичні міфи, що складають визначальний пласт інформаційного та маніпулятивного забезпечення виборчої кампанії кандидата у президенти, є не тільки результатом роботи його команди, але залежать від політико-культурного простору, ціннісно-сміслових орієнтацій, типу й особливостей політичної культури суспільства. У сучасній Україні політичні міфи стали невід'ємною частиною супроводу і підтримки образів кандидатів у президенти, кожен з яких, завдяки їх використанню, прагне заручитися довірою електорату або дискредитувати конкурентів.

Суперечності демократичних перетворень незалежної України засвідчили вразливість політичної системи та суспільства до геополітичних викликів сьогодення, тиску зовнішньополітичних акторів, що зокрема проявилось у поширенні міфів про нашу державу і українців, поглибленні сконструйованих й реальних міжрегіональних протиріч. Апеляція у політичній риториці до ціннісних розбіжностей між мешканцями України, свідоме нагнітання ідеологічних непорозумінь, розпалювання ворожнечі за допомогою політичної міфотворчості активно впроваджувалися командами багатьох українських політиків. У президентських кампаніях 2004 та 2010 рр. саме використання цього ідеологічного інструментарію призвело до поляризації українського суспільства, що гостро актуалізує потребу всебічного вивчення феномену політичного міфу в структурі політичної культури та процесі демократичного політичного розвитку.

Політична міфотворчість – полідисциплінарний предмет дослідження. Різних аспектів проблеми торкалися представники філософії (О. Аверенцев, Е. Кассіер, Дж. Лакофф, Л. Леві-Брюль, О. Лосєв, Х. Ортега-і-Гасет, П. Фейербенд, К. Хюбнер, Дж. Фрезер, В. Шеллінг, К. Шмітт та ін.); культурології (К. Армстронг, Р. Барт, Л. Бенуас, В. Вундт, М. Еліаде, Х. Закх, Т. Карлейл та ін.); соціології (Д. Блур, Е. Дюркгейм, Е. Ісаков, Ю. Левада, Р. Петтаццоні та ін.); психології (О. Ранк, Г. Рохейм, З. Фрейд, В. Штекель, К. Юнг та ін.).

У сучасній зарубіжній політичній науці міфи досліджуються британськими (Дж. Дей, М. Едельман, Г. Тюдор, К. Флад та ін.), американськими (Дж. Комбс, К. Мейрс, С. Рендал та ін.), російськими (С. Кара-Мурза, А. Савельєв, А. Цуладзе та ін.) вченими. У контексті актуальних завдань демократизації, розвитку політичної культури особистості проблема політичного міфу розкрита вітчизняними політологами (В. Андрущенко, Д. Арабаджієв, В. Бабкін, О. Бабкіна, В. Бебик, І. Варзар, О. Вишняк, О. Волянчук, М. Головатий, В. Горбатенко, Г. Зеленько, О. Карпенко, Р. Колісніченко, В. Корнієнко, В. Кремень, Г. Куц, М. Логунова, М. Михальченко, Л. Нагорна, Т. Нагорняк, М. Остапенко, М. Обушний,

Н. Пробийголова, Ю. Шайгородський, О. Яцунська та ін.). У наукових працях цих вчених розкрито сутність, джерела політичних міфів, функції політичної міфології, міфотворчість як процес формування політичної дійсності в сучасній Україні тощо.

Разом з тим, специфіка використання політичних міфів про персоналії у президентських виборчих кампаніях не набула належного висвітлення у політичній науці, не стала самостійним предметом політологічних досліджень. Окремий інтерес складають світові тенденції творення й подальшого розгортання політичних міфів у виборчих кампаніях, функціональні міфологічні образи політиків, соціокультурні, геополітичні й соціально-психологічні особливості електорату, які дозволяють формувати актуальні ціннісно-сміслові орієнтири політичного життя суспільства в умовах перехідної динаміки. Наукові пошуки у цьому напрямку обумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначили її зміст, структуру та методологію.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано в межах комплексно-наукової дослідницької теми «Проблеми правового забезпечення політичних і соціально-економічних перетворень в Україні» Донецького національного університету (номер державної реєстрації Г07/190107U001458). Тема дисертаційного дослідження затверджена Вченою радою Донецького національного університету (протокол №1 від 25 січня 2013 р.).

Мета дослідження полягає у виявленні функціональних, ціннісних, регіональних, геополітичних особливостей використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях на прикладі 2004 і 2010 рр. в Україні. Для досягнення поставленої мети автором була вирішена низка дослідницьких завдань:

- розглянути концептуальні підстави дослідження політичних міфів у виборчих кампаніях; визначити ступінь розробленості теми в полідисциплінарному науковому дискурсі;
- з'ясувати й теоретично обґрунтувати особливості використання, функції та види політичних міфів у президентських виборчих кампаніях;
- розкрити неінституціональну природу політичного міфу;
- довести доцільність моделювання політичного міфу як соціального явища, розкривши його мономіфічну специфіку;
- окреслити особливості політичної міфотворчості у президентських виборчих кампаніях у США, Франції, Польщі та Македонії;
- визначати особливості використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях у Росії;
- виявити ментальні та геополітичні чинники політичної міфотворчості у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр. в Україні;
- з'ясувати ціннісні та мономіфічні особливості персональних політичних міфів, що використовувалися у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр. в Україні.

Об'єкт дослідження – міфотворчість у політичному житті суспільства та сучасному виборчому процесі.

Предмет дослідження – особливості використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях (на прикладі 2004 і 2010 рр. в Україні).

Методологічну основу дисертаційного дослідження становить комплекс філософських, загальнонаукових та спеціальних методів пізнання політичних явищ, що забезпечують єдність гносеологічного, соціально-філософського, політологічного та соціально-психологічного аналізу феномену політичних міфів. Всебічне вивчення проблематики творення, поширення, утвердження й розвінчування у суспільстві міфів про активних суб'єктів політики стало можливим з урахуванням багатоманітності та зваженості у використанні розмаїття наукових підходів, методів, інструментів, засобів і принципів сучасного політологічного дослідження.

У дисертаційному дослідженні широко застосований діалектичний метод, в межах якого політичні міфи, що залучаються у президентських виборчих кампаніях, розглядаються у динаміці і трансформації. У роботі застосовано низку першочергових методів наукового пошуку: структурний метод (дозволив з'ясувати значення образу героя в українських політичних міфах, що створювалися навколо кандидатів у президенти у 2004 і 2010 рр.); історичний метод (сприяв окресленню основних проблемних питань історичної пам'яті українців у контексті політичної міфотворчості під час президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр.); системний метод (раціоналізував й оптимізував процес дослідження поставленої проблеми, зокрема світових тенденцій винайдення і конструювання політичних міфів у виборчих процесах); контент-аналіз (розкрив смислові навантаження передвиборчих легенд, вигадок, припущень про політиків); метод політичного моделювання (обумовив можливість опису циклічного характеру функціонування міфу).

Неоінституціональний, структурно-функціональний, політико-системний, цивілізаційний, політико-антропологічний, ціннісний та інші методологічні підходи відкрили можливість цілісного дослідження особливостей використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях з позиції різних наукових напрямів й національних шкіл сучасного політичного знання. Аналіз здійснено відповідно принципів науковості, системності, об'єктивності, цілісності, історизму, послідовності, соціального детермінізму, плюралізму.

Емпірична основа дисертаційного дослідження базується на даних Центральної виборчої комісії, результатах соціологічних досліджень, які проводилися Всеукраїнською асоціацією політичних наук, Інститутом соціальної та політичної психології АПН України, Інститутом соціології НАН України, Київським інститутом проблем управління імені Горшеніна, Київським міжнародним інститутом соціології, Національним інститутом стратегічних досліджень, Українським Інститутом соціальних досліджень імені О. Яременка, Українським центром економічних і політичних досліджень імені О. Разумкова, фірмою «Юкрейн соціолоджі сервіс», фондом «Демократичні ініціативи», центром «СОЦИС», іншими соціологічними службами.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні і практичному висвітленні ціннісного та культурного змісту, функціональної ролі і можливих загроз політичного міфу у політичному житті суспільства, зокрема окресленні особливостей використання командами провідних кандидатів комплексу політичних міфів про основних суперників протистояння під час виборчих президентських кампаній. На захист виносяться положення, які містять елементи наукової новизни.

Уперше:

- доведено, що політичні міфи щодо ключових персон в президентських кампаніях є формою колективної психіки, яка склалася в межах певної політичної культури і обумовлює електоральний вибір, пояснюючи соціально-політичні процеси в чуттєво-емоційний спосіб. З позицій політичного інституціоналізму Б. Вейнгаста, А. Вільдавського, Ю. Левенця, Дж. Марча, Д. Норта, Й. Ольсена, С. Патрушева, С. Хантінгтона та ін. розкрита неоінституціональна природа політичного міфу; доведено, що у президентських виборчих кампаніях він виступає комплексом формальних і неформальних принципів, норм, правил, цінностей, меседжів, стереотипів, які обумовлюють і регулюють діяльність людини в політичній сфері, а також механізмом створення нових політичних інститутів;

- комплексно проаналізовано персональні політичні міфи кандидатів у Президенти України Ю. Тимошенко, В. Ющенко та В. Януковича, з'ясована специфіка їх героїки, що полягає у маніпулятивному поєднанні відмінних орієнтирів геополітичної ідентичності, елементів в політичній міфології західних країн та Росії, а також особливостей мономіфічної структури, яка часто характеризується незавершеністю та суперечливістю. Визначено, що персональні політичні міфи, які використовувалися у президентських виборчих кампаніях в Україні у 2004 і 2010 рр., мобілізували навколо себе адресні групи, але були здебільшого штучними, ситуативними та деструктивними, відірваними від базових соціально-психологічних і соціокультурних особливостей українського суспільства;

- на підставі аналізу широкого емпіричного матеріалу визначено, що політична міфотворчість під час виборчих кампаній 2004 і 2010 рр. в Україні мала низку позитивних наслідків: відбувалася консолідація суспільства, демонструючи найвищу ступінь політичної активності мас за часи незалежності. Проте створення політичних міфів здійснювалося виключно шляхом штучного інституціонального дизайну, що конфліктував із аутентичними чинниками розвитку українського суспільства, суперечив соціальним запитам щодо загальнонаціонального лідера, ініціативам відносно нової ролі громади в процесі прийняття політичних рішень, перешкоджав формуванню інтегрованої спільноти політично свідомих громадян. Політична міфотворчість проаналізованих президентських виборчих кампаній, хоч і принципово відрізняється за своїми центральними міфами, не несе позитивного конструктиву для розвитку політичної культури України. Поширені у передвиборчих змаганнях, політичні міфи не виконують, властивих цій

символічній формі пізнання дійсності, суспільно значимих функцій – експлікативної, апологетичної та регулятивної.

Дістали подальшого розвитку:

- уявлення про світовий досвід використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях. Доведено, що спільні й відмінні практики впровадження політичних міфів про кандидатів у президентських виборчих кампаніях у США, Франції, Польщі, Македонії та Росії є результатом геополітичних особливостей відповідних держав та соціокультурної й соціально-психологічної специфіки їх населення. Незважаючи на те, що головною метою використання політичних міфів є перемога на виборах, подібні заходи також сприяють гуманітарній експансії держав;

- теза про те, що політична міфотворчість є практикою формування, поширення та корекції політичних міфів. Із політичною метою, цей процес набуває ознак політичної практики міфотворчості, яка може відбуватися еволюційним шляхом та/або способом інституціонального дизайну (формування політичних міфів «зверху», з ініціативи домінуючих політичних акторів). Натомість інституціональна угода між творцями й споживачами міфів можлива й ефективна у тому разі, якщо вона відповідає сукупності аутентичних норм, цінностей, традицій, звичаїв, настанов, а також підкріплена інституціональною практикою, у якій політичний міф здатний до адаптації, не втрачаючи ключового змісту;

- розуміння того, що разом зі життєвим циклом політичного міфу наявна окрема логіка існування героїв, навколо яких він створюється. Вона може бути представлена у вигляді універсальної, інваріативної міфологічної біографії конкретної особи, героїчний образ якої має дві основні стадії існування: сепаративну (пов'язана з отриманням персоною статусу політичного актора) та лімінальну (характеризується зміною актором свого наявного політичного статусу на найвищий у межах конкретного соціуму);

Поглиблено:

- теоретико-методологічні основи дослідження особливостей творення і використання політичних міфів у виборчих процесах; виявленні актуальні полідисциплінарні здобутки у цій царині наукового пошуку, регіональні особливості вивчення проблематики, а також перспективні напрямки дослідження політичної міфології як історичної реальності, символічного конструкту, свідомісного феномену, що значною мірою визначає хід та результати виборчих змагань у сучасному світі;

- вивчення впливу геополітичного фактору на процес політичної міфотворчості. Наголошується, що автентичність політичних міфів, відповідність базовим ментальним та соціокультурним особливостям цільової аудиторії, зумовлених в т.ч. геополітичною специфікою країни, є запорукою їх довгострокової ефективності, персонального закріплення за кандидатом.

Теоретичне та практичне значення отриманих результатів визначається тим, що основні ідеї та висновки дисертаційного дослідження можуть сприяти адекватному розумінню впливу політичних міфів на сучасну

українську політику. Аналіз міфів, що створюються провідними політичними гравцями, їх структурних зв'язків, внутрішніх та зовнішніх чинників формування є перспективним напрямком подальшого наукового пошуку, розвитку сучасного політичного знання про актуальні проблеми політичної культури, політичної мобілізації, національної ідеології, теорії і практики політичної міфотворчості у виборчих процесах.

Теоретичні та прикладні положення дисертації можуть використовуватися під час розробки навчальних програм та посібників з політичних дисциплін, з метою розширення меж і можливостей сучасної громадянської освіти, патріотичного виховання. Політичні аналітики, консультанти, іміджмейкери, експерти, медійники, державні посадовці та народні обранці можуть вивчати матеріали дисертації при конструюванні нових, об'єднаних і автентичних персональних політичних міфів в Україні. Пропоновані методики і прийоми дослідження спрощують можливості аналізу й прогнозування політичної поведінки та діяльності основних суб'єктів політики. Невід'ємною частиною стратегії державного розвитку, громадянського зростання, подальшої якісного оновлення виборчої системи в Україні мусить стати сучасне знання про політичний міф, його конструктивні й руйнівні можливості, геополітичні особливості та політико-культурні виклики на шляху сучасної демократичної трансформації.

Апробація результатів дослідження. Визначальні положення й висновки дослідження, викладені у дисертаційній роботі, виносились на розгляд і обговорення на засіданнях кафедри політології Донецького національного університету, методологічних семінарах, круглих столах. Окремі результати апробовані на численних всеукраїнських і міжнародних наукових заходах: Міжнародній науковій конференції «Дні науки філософського факультету – 2010» (Київ, 2010 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми і перспективи становлення громадянського суспільства» (Могильов, 2010 р.), Міжнародній науковій конференції «Дні науки філософського факультету – 2011», (Київ, 2011 р.), Міжнародній науковій конференції «Проблеми культурної ідентичності в ситуації сучасного діалогу культур» (Острог, 2013 р.), Міжнародній науковій конференції «Дні науки філософського факультету-2013» (Київ, 2013 р.), Міжнародній науковій конференції «Сучасні тенденції в державному управлінні, економіці, політиці та праві» (Ростов-на-Дону, 2013 р.) та ін.

Публікації. Основні положення дисертації відображено у 33 наукових працях, у тому числі: 11 статтях у фахових виданнях з політичних наук (серед яких 2 статті у наукових виданнях інших держав), 17 статтях і тезах наукових конференцій, 5 публікаціях в інших наукових виданнях.

Структура та обсяг дисертації. Мета і завдання дослідження обумовили наступну структуру дисертації: вступ, чотири розділи, вісім підрозділів, висновки, список використаних джерел (243 найменування). Загальний обсяг дисертації становить 196 сторінок, основний зміст – 172 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **«Вступі»** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, завдання, визначено об'єкт та предмет дослідження, розкрито його методологію, наукову новизну, теоретичне і практичне значення, висвітлено апробацію отриманих результатів, пояснено структуру дослідження.

У **першому розділі – «Політичні міфи у президентських виборчих кампаніях: теоретичний вимір дослідження»** – здійснено огляд попередніх наукових розробок, пов'язаних із темою дослідження; визначені основні особливості політичних міфів, що відрізняють їх від міфів сакральних та соціально-побутових; розкрита специфіка політичних міфів про персоналії як складового елементу політичної міфології президентської виборчої кампанії; з'ясована специфіка взаємозв'язку таких політичних міфів та архетипів; окреслена сутність їх основних функцій.

У *підрозділі 1.1. – «Ступінь розробленості теми в полідисциплінарному науковому дискурсі»* – проаналізовані наукові погляди дослідників, що зверталися у своїх роботах до проблеми політичних міфів та міфотворчості. Наголошується, що проблематика має полідисциплінарний характер, регіональну й національну специфіку. Визначальний вплив на формування сучасного наукового бачення політичних міфів здійснили філософи, зокрема Е. Кассіерер. З позицій культурології до проблеми політичних міфів частково зверталися М. Еліаде, К. Армстронг. Вагомий внесок у розробку теорії політичної міфології зробив французький дослідник Л. Бенуас, який досліджував роль символів та знаків у цьому процесі. У світлі структуралізму та семіотики міфи досліджував Р. Барт. Як явище соціальне міф розглядав Е. Дюркгейм. У психології підвалини вивчення сучасних політичних міфів були закладені З. Фрейдом, К. Юнгом.

До проблематики функціонування міфів у політико-культурному просторі незалежної України звертаються вітчизняні політологи. Цілісні візії цього феномену представлені працях М. Головатого, який основну увагу звертає на джерела, базові засади політичних міфів та міфології, а також Ю. Шайгородського, який досліджує роль міфологічної свідомості у розумінні політики, міфотворчість як процес формування політичної свідомості і буття.

У світлі геополітичних проблем політичні міфи англо-саксонських країн з позицій неоконсервативного підходу вивчали американські дослідники Дж. Комбс, К. Мейрс, С. Рендал. Британські вчені (Дж. Дей, М. Едельман, Г. Тюдор, К. Флад) концентрували свою увагу здебільшого на політичній міфології колишніх колоній Великобританії. У політичній науці вагомий внесок у дослідження міфів зробили також російські вчені, об'єктом наукового інтересу яких є радянська політична міфологія та специфіка міфотворчості в сучасній Росії. С. Кара-Мурза запропонував бінарну типологію політичних міфів та визначив історичні чинники їх виникнення. О. Щербаков досліджував структуру політичних міфів, А. Цуладзе – форми політичних міфів, основи їх взаємодії. Аналіз робіт названих авторів засвідчив, що проблематика

використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях здебільшого залишалася поза увагою науковців.

У підрозділі 1.2. – «*Специфіка використання, функції та види політичних міфів у президентських виборчих кампаніях*» – доведено, що політичні міфи як один із елементів президентської виборчої кампанії має розгалужену внутрішню структуру, яка складається зі множини взаємопов'язаних компонентів (основні з яких – «ядро», трансформа, сакральна захисна оболонка), та розвивається у політичному часі та просторі. Відтак міф довкола політичного суб'єкта є зв'язковою ланкою між архаїкою минулого та сучасним політичним процесом. Ознаками саме політичного міфу, що відрізняють його від міфів архаїчних є політична мета, телеологічність (цілеспрямоване створення), динамічність – політичні міфи здатні розвиватися, змінюватися у політичному часі та просторі, набуваючи нових смислів залежно від контексту, зумовленість особливостями політичного середовища. Головна мета політичних міфів полягає в ідеалізації чи демонізації образу конкретного актора політики, створенні ефективного зв'язку між ним та електоратом.

Підчас виборчої кампанії персональний міф апелює до героїки, базових поведінкових архетипів, ментальних особливостей суспільства, а також до його історичної пам'яті. Розкриваючи за допомогою низки технологій образ кандидата у чуттєво-емоційний спосіб, політичний міф максимально спрощує сприйняття аудиторією політичної дійсності, консолідує і мобілізує виборців, обумовлює їх електоральну поведінку.

У другому розділі – «**Методологічні засади вивчення політичних міфів у виборчих процесах**» – поданий синтез сучасних наукових підходів, методів, прийомів і технік пізнання політичної дійсності, які складають основи осмислення проблем політичної міфотворчості довкола провідних акторів політичного життя суспільства.

Поєднуючи основні положення нового інституціоналізму та геополітичного підходу, підрозділ 2.1. – «*Неоінституціональна природа політичного міфу*» – ґрунтується на роботах Б. Вейнгаста, А. Вільдавського, Ю. Левенця, Дж. Марча, Д. Норта, Й. Ольсена, С. Патрушева, С. Хантінгтона, та ін., а також Ю. Шайгородського, який наголошує, що сучасні міфи впритул наближені до реальності, а їх предметом за сучасних умов все частіше стає формування нових політичних інститутів. Доведено, що політичні міфи у президентських виборчих кампаніях виступають механізмами формування інститутів та спеціальними політичними практиками. Вони є комплексами формальних (у разі закріплення у офіційних документах держави та інших політичних акторів) і неформальних норм, настанов, меседжів, звичаїв, правил і традицій, каналами, що чуттєво-емоційним способом обумовлюють і регулюють громадську думку, впливають на поведінку людей у ході кампанії, зокрема на їх остаточний вибір кандидата.

Виборча кампанія розглядається як інституціональне поле – динамічна сукупність всіх інститутів, що діють в даний момент і мають прямий стосунок до виборів президента. У випадку, коли електорат погоджується з політичним

міфом та підтримує його, останній набуває статусу інституціональної угоди, неформального договору між творцями та носіями політичного міфу щодо здійснення останніми, на підставі впроваджуваних ним норм, власної політичної поведінки. Угода ефективно існує у тій мірі, в якій вона відповідає інституціональному середовищу – сукупності обумовлених геополітичним фактором норм, цінностей, традицій, звичаїв, настанов вже наявних у суспільстві. Інституціональне середовище має два основні виміри: ментальність суспільства та його історична пам'ять. Воно не залежить від ситуативних дій політичних акторів і тому відносно стійке й ширше, ніж інституціональне поле.

У підрозділі 2.2. – «Модель життєвого циклу та мономіфічна природа політичних міфів» – з'ясовано, що політичні міфи про визначних політичних акторів розвиваються циклічно, приходячи низку фаз (від зародження в надрах старої системи до відмирання, реліктового існування). При цьому зі президентською виборчою кампанією за часом може співпадати як будь-яка одна, так і кілька стадій моделі життєвого цикли одразу.

Усі міфи подібного типу мають єдину мономіфічну структуру. Вона представляє собою універсальний, інваріативний життєвий цикл міфологічного образу, що має дві основні стадії існування: сепаративну та лімінальну. Щодо персональних політичних міфів, то сепаративний етап пов'язаний з отриманням конкретною особою статусу політичного актора (депутат, партійний активіст, мер міста). Лімінальний етап характеризується зміною свого наявного політичного статусу на найвищий у межах конкретного соціуму (президент, імператор, генеральний секретар);

У третьому розділі – «Світовий досвід використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях сучасності» – з'ясовані особливості політичної міфотворчості у США, Росії, Франції, Польщі, Македонії. Доведено, що основою ефективності використання міфів про учасників президентських виборчих кампаній цих держав є чітка кореляція з політичною міфологією більш великих геополітичних утворень, наприклад, цивілізацій (у розумінні С. Хантінгтона), а також наявність усталених протягом десятиліть центральних політичних міфів виборчих кампаній. Герої політичних міфів провідних держав (США та РФ), як правило, рішучі, відрізняються харизматичністю, вмінням підтримувати певний містичний зв'язок зі суспільством і вдало звертатися до ментальності свого народу.

У підрозділі 3.1. – «Політичні міфи у президентських виборчих кампаніях в США, Франції, Польщі, Македонії» – встановлено, що у політичній міфотворчості США провідну роль відіграє геокультурна приналежність героїв персональних міфів президентських виборчих кампаній, що істотно корегує їх героїку під цільову аудиторію. В інших західних державах персональні міфи орієнтовані переважно на внутрішню цільову аудиторію, дуже часто – на регіональний електорат. Їх героїка тісно пов'язана передусім із національними, соціокультурними і соціопсихологічними особливостями.

Доведено, що ефективність персональних політичних міфів прямо зумовлена базовими характеристиками ментальності та історичною пам'яттю

цільової аудиторії. Не менш вагомим є фактор одночасного збігу початку лімінальної стадії у існуванні образу міфічного героя зі початком відповідної президентської кампанії.

У підрозділі 3.2. – «Особливості використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях в Росії» – міфи віддзеркалюють зумовлене геополітичною специфікою країни протистояння між двома соціально-філософськими школами та ідеологічними течіями, які виникли на поч. ХІХ ст. в Росії («почвенники» та «західники»). Західно-орієнтовані політики серед ключових акторів відсутні. Їх образи для імітації передвиборчої конкуренції змушені відтворювати політики, для яких це не є природним. Образ «західника», наприклад, прийняв Д. Медведєв під час виборчої кампанії 2008 р. Загалом встановлено, що запорукою ефективності персональних політичних міфів в Росії є апеляція до традиціоналістських, патерналістських цінностей, ланцюгу залежності: «цар – генсек – президент», кесаризм, православна набожність, самодержавство, а також специфічної міфології лояльності, що походить від практики «годування», яку впроваджували російські монархи.

Подібний підхід до політичної міфотворчості був впроваджений командою В. Путіна у ході президентських виборчих кампаній 2004 та 2012 рр. Однак використанню «почвенницького» підходу у створенні політичних міфів істотно заважає впроваджуваний російською владою, ментально чужий населенню держави міфічний концепт «суверенної демократії», який дезорієнтує виборців. Доведено, що його реалізація є однією з причин падіння рівня довіри В. Путіну у 2012 р., проявів нелояльної йому поведінки з боку регіональних еліт. Зокрема, це відобразилося у відмові більшості суб'єктів федерації затверджувати своїх глав на посаді рішеннями законодавчих органів за пропозицією президента РФ. Водночас, російські патерни політичної міфотворчості запозичувалися і у міфах навколо кандидата у Президенти України В. Януковича в кампаніях 2004 та 2010 рр.

Неоінституціональна та мономіфічна специфіка персональних політичних міфів розглядається у четвертому розділі – **«Політичні міфи у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр. в Україні»**. З'ясовано, що інституціональне середовище політичної міфотворчості в Україні має суперечливий характер. Спільні ментальні риси мешканців країни дисонують зі протиріччями у історичній пам'яті. Персональним політичним міфам президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр. наявна незавершеність монофічної логіки, зумовлена штучним характером політичної міфотворчості, її відірваністю від інституціонального середовища.

У підрозділі 4.1. – «Основні чинники політичної міфотворчості у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр. в Україні» – на підставі аналізу політико-географічних особливостей української держави, базових ментальних рис та актуальних проблем історичної пам'яті її населення, які у сукупності складають основи інституціонального середовища, з'ясовано, що політична міфотворчість у президентських виборчих кампаніях утворює суперечності у політичній свідомості українців.

Широка емпірична база дослідження доводить, що спільними рисами ментальності для українців є, в цілому продуктивні та важливі для суспільного розвитку, чуттєвість та емоційність, обережність, неквапливість, побутовий консерватизм, прагматичний індивідуалізм, опора на власні сили, потяг до освіти, працелюбство, поміркованість, гостинність, миролюбність, здоровий оптимізм, мужність, універсальність та ін. Названі риси закладають основи ментально єдиного українського суспільства з характерними регіональними особливостями. У той же час, комплекс політичних міфів створює ілюзію не стільки особливостей, скільки розбіжностей, протилежних позицій, ворожнечі у суспільстві. Спірні питання історичної пам'яті, публічні дискусії довкола суперечливих сторінок минулого, надмірна політична ідеологізація історії, відмінні практики меморіалізації, нерідко спричиняють до деконсолідації українського суспільства. У результаті політичних, в т.ч. й передвиборчих маніпуляцій довкола травматичних суспільних спогадів мешканці України мають здебільшого фрагментовані, поверхові, нерідко протилежні погляди на власне історичне минуле, що сприяє непорозумінню, ворожнечі та штучному розколу серед громадян. Цією особливістю активно користуються команди кандидатів у президенти, що створюють та поширюють політичні міфи, зокрема й у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр.

У підрозділі 4.2. – «Ціннісна та номіфічна специфіка персональних політичних міфів президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр. в Україні» – проаналізовані політичні міфи, зокрема образи основних суперників виборчих перегонів, що використовувалися у кампаніях провідних кандидатів на посаду президента України у 2004 і 2010 рр.: В. Ющенко, В. Януковича та Ю. Тимошенко.

Виявлені такі специфічні риси персональних політичних міфів: неузгодженість героїки зі соціокультурною та соціальнопсихологічною специфікою українського суспільства; штучний характер більшості персональних міфів, пов'язаний із надмірним і непродуманим копіюванням західних й російських шаблонів політичної міфотворчості; невідповідність номіфічній логіці; схильність до проявів «хуторянства», яке наближує героїв персональних міфів до пересічних громадян; фактична відсутність «низової» політичної міфології, створеної народними масами та інституціями громадянського суспільства. Водночас доведена ефективність й потужність українського національного образу «жінки-політика», який відрізняється високим ступенем візуалізації та популярністю серед населення України.

У **«Висновках»** узагальнено результати дослідження, сформульовано рекомендації щодо їх наукового і практичного використання.

Теоретичні засади вивчення функціональної природи, типологізації та практики використання політичних міфів у виборчих процесах зумовлене полідисциплінарним характером проблематики, а також власне політологічними перспективами розвитку сучасного знання про міф та його значення для демократичного розвитку й національної єдності. У символічному

просторі політичного буття міфи є невід'ємною частиною суспільної свідомості, що інтерпретують чи роз'яснюють політичні явища і процеси, провокують до певного політичного вибору, поведінки, дій тощо. Міфи супроводжують суспільний розвиток, тому перші рефлексії щодо політичного характеру міфів та міфологічного характеру політики мали місце ще за античної доби. Найімовірніше, до наукового обігу термін «політичний міф» вводить Ж. Сорель, хоча у сучасній науці існують й інші точки зору на це питання.

Політичні міфи – складне та багатомірне соціально-політичне явище, що обумовлює багатогранність їх наукового вивчення. У різні часи вони досліджувалися у галузях філософії, культурології, соціології, психології та ін. наук. Сучасне політологічне розуміння міфу передбачає аналіз штучно створених уявлень про реальні соціально-політичні феномени; проблеми соціокультурного відчуження людини від політики як результат безсилля перед міфологізованою політичною дійсністю; суспільне значення, здатність міфу згуртовувати навколо себе людей; еволюції політичної міфотворчості; шляхів і способів розвінчування загрозливих для суспільства політичних міфів тощо. Запропонований у роботі аналіз функціональних, ціннісних, регіональних, геополітичних особливостей використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях (на прикладі президентських виборів 2004 і 2010 років в Україні) до певної міри конкретизує та продовжує такі політичні дослідження.

Політичні міфи, апелюючи до базових поведінкових архетипів, ментальних особливостей суспільства, а також до його історичної пам'яті, створюють ідеалізований або демонізований образ конкретного політика. Персональні політичні міфи, за умов президентських виборчих кампаній, максимально спрощують сприйняття аудиторією політичної дійсності у чуттєво-емоційний спосіб, консолідують і мобілізують виборців, обумовлюючи їх електоральну поведінку.

Особливостями використання політичних міфів у президентських виборчих кампаніях є їх загальнонаціональний масштаб, що проявляється у впливі на політичну свідомість не тільки електорату, а й ширше – усього населення та зовнішніх спостерігачів. Чіткість і часом безкомпромісність проголошуваних світоглядів, ідей, гасел обумовлює їх використання й поза межами кампаній. Провідна роль персональних міфів, що зумовлена протиставленням не стільки ідеологій чи доктрин, скільки образів конкретних політиків, здатна призводити до посилення поляризації суспільства й нести деструктивну функцію для розвитку його політичної культури. Політичні міфи виконують низку функцій: експлікативну, апологетичну, маніпулятивну, регулятивну, аксіологічну, соціально-практичну, ідеолого-прагматичну та ін. Серед прийнятих у політичній науці класифікацій міфів, особливу увагу у контексті проведеного дослідження заслуговують такі типи політичних міфів як центральні, головні, персональні (героїчні) міфи, міфи структури «ми і вони», а також псевдо-міфи.

Використовуючи широку методологічну та емпіричну базу, в тому числі, неоінституціональний підхід до розуміння політичних міфів можна зробити висновок, що вони складають комплекси формальних (у разі закріплення у офіційних документах держави та інших політичних акторів) і неформальних норм, настанов, меседжів, звичаїв, правил і традицій, канали, що чуттєво-емоційним способом обумовлюють і регулюють громадську думку та впливають на поведінку людей у ході виборчої кампанії, зокрема на остаточний вибір кандидата. Сама виборча кампанія є інституціональним полем – сукупністю всіх інститутів, що діють у даний момент і мають пряме відношення до виборів президента.

Політична міфотворчість в роботі подана як процес створення, поширення та корекції політичних міфів. Вона є інституціональною практикою – політикою міфотворчості, яка може відбуватися або еволюційним шляхом, коли політичні міфи створюються і розвиваються «знизу», зсередини громадянського суспільства, або шляхом інституціонального дизайну, коли формування політичних міфів відбувається «зверху» та ініціюється політичними акторами. Інституціональна угода ефективно існує до тієї міри, поки вона відповідає інституціональному середовищу (сукупності геополітично та ментально обумовлених норм, цінностей, традицій, звичаїв, настанов, вже наявних у суспільстві), а також інституціональній практиці.

Можливості моделювання соціально-політичних процесів сучасності дозволили довести, що кожний політичний міф (у т.ч. й персональний) є явищем, що розвивається циклічно. Повна модель життєвого циклу політичного міфу складається з шести стадій: зародження в надрах старої системи, внутрішній латентний розвиток; утвердження в процесі революційного перевороту в боротьбі з відживаючою системою; поширення, перетворення у пануючу систему; зрілість, коли повною мірою виявляються властиві системі риси; зростання суперечностей, вступ до кризи, у протиборство з наступною системою; відмирання, реліктове існування. При цьому зі періодом президентської виборчої кампанії за часом може співпадати як будь-яка одна, так і одночасно декілька стадій моделі життєвого циклу політичного міфу.

Специфічною є й логіка існування героїки, навколо якої формується політичний міф. Усі персональні політичні міфи створені у вигляді номіфів – універсальної, інваріативної міфологічної біографії конкретної особи, героїчний образ якої має дві основні стадії існування: сепаративну та лімінальну. У політичній сфері сепаративний етап пов'язаний з отриманням персоною статусу політичного актора (депутат, партійний активіст, мер міста). Лімінальний етап характеризується зміною суб'єктом свого наявного політичного статусу на найвищий у межах конкретного соціуму (президент, імператор, генеральний секретар).

Досвід політичної міфотворчості у президентських виборчих кампаніях у США та європейських країнах (на прикладі, Франції, Польщі, Македонії) засвідчує, що ефективність персональних політичних міфів прямо зумовлена їх відповідністю базовим особливостям ментальності цільової аудиторії та її

історичної пам'яті. Не менш важливим для утвердження політичного міфу є фактор одночасності, збігу початку сепаративної стадії у існуванні образу міфічного героя із початком відповідної президентської кампанії (образ Ніколя Саркозі у ході президентської виборчої кампанії у Франції 2007 р.).

Дослідження президентських виборчих кампаній 2004, 2008 та 2012 рр. в РФ дозволило зробити висновок, що використані у цей період персональні політичні міфи віддзеркалювали протиріччя між соціально-філософськими школами та ідеологічними течіями, які виникли на початку ХІХ ст. в Росії («почвенники» та «західники»). Західно-орієнтовані політики відсутні серед ключових акторів політичного життя сучасної РФ. Їх образи для імітації передвиборчої конкуренції змушені відтворювати політики, для яких це не є природним (Д. Медведєв, М. Прохоров, В. Путін та ін.).

Широка емпірична база дослідження підтверджує тезу про сконструйовані та поширені непорозуміння, ворожнечу, штучні розколи серед громадян України. Мешканці України, ментально будучи єдиною нацією, нерідко через відмінні геополітичні орієнтири та регіональні особливості політичної свідомості і культури мають протилежні погляди на історію. Доведено, що це було використано міфотворцями підчас президентських виборчих кампаній в 2004 і 2010 рр. Розкрито штучний характер більшості персональних міфів, пов'язаний зі копіюванням західних та російських шаблонів політичної міфотворчості, їх неповну відповідність мономіфічній логіці. В Україні існують сприятливі ментальні передумови для створення конструктивних, автентичних і довгострокових політичних міфів у президентських виборчих кампаніях. Однак ці передумови ігноруються провідними політичними силами та окремими політиками, які використовують міжрегіональні розбіжності для створення ситуативних політичних міфів, спрямованих на дестабілізацію держави і досягнення миттєвого кон'юнктурного результату.

Політична практика міфотворчості у виборчих кампаніях України та світу доводить, що автентичність міфів навколо центральних політичних акторів, їх відповідність базовим соціально-психологічним та соціокультурним особливостям цільової аудиторії є запорукою довгострокової ефективності. У дисертаційній роботі доведено, що політичні міфи президентських виборчих кампаній в Україні у 2004 і 2010 рр. є здебільшого штучними, ситуативними, деструктивними політичними механізмами, які відірвані від ментальних особливостей населення. Політичні міфології президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр., хоч і принципово відрізняються за своїми центральними параметрами, слугують розбалансуванню політико-культурного простору України, не враховують політичні норми, традиції та цінності, які б могли консолідувати українське суспільство.

Разом з тим, створення і впровадження командами майбутніх кандидатів у Президенти України державницької, конструктивної за своїм змістом, об'єднавчої політичної міфології, яка спиралася би на спільні ментальні риси усіх мешканців країни – такі, як чуттєвість та емоційність, обережність,

розважливість, побутовий консерватизм, індивідуалізм, опора на власні сили, потяг до освіти, працелюбство, набожність, сімейна прив'язаність, повага до жінки, миролюбність, поміркованість, гостинність, здоровий оптимізм – сприяло б не тільки покращенню електоральних рейтингів політиків, але й подоланню політичної кризи. Здійснення такого роду політичної міфотворчості можливе з подальшими науковими пошуками у цьому напрямку, новими дослідженнями феномену політичних міфів у виборчих процесах.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Онопко О. В. Виникнення та напрямки розвитку політичних міфів [Текст] / О. В. Онопко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : політологія, соціологія, філософія. – 2010. – Вип. 14. – С. 36–38.
2. Онопко О. В. Політична міфологія і гуманітарна безпека цивілізації [Текст] / О. В. Онопко // Сучасна українська політика. – 2011. – Вип. 24. – С. 152–160.
3. Онопко О. В. «Міфічна імперія» та імперська міфологія [Текст] / О. В. Онопко // Освіта регіону : Політологія, психологія, комунікації. – 2011. – № 1. – С. 82–85.
4. Онопко О. В. Політична ідентичність як результат державної політики міфотворчості [Текст] / О. В. Онопко // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія : Філософія. Соціологія. Політологія. – Дн. : ДНУ, 2012. – Т. 20. – Вип. 22 (3). – № 9/2. – С. 172–176.
5. Онопко О. В. Міфологія політичних партій і українська партійна героїка [Текст] / О. В. Онопко // Сучасна українська політика політики. – 2012. – Вип. 26. – С. 129–137.
6. Онопко О. В. Візуалізація образу «жінки–політика» в українській політичній міфології [Текст] / О. В. Онопко // Гілея : науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : УАН ТОВ «НВП „ВІР”», 2012. – Вип. 62 (№ 7). – С. 564–568.
7. Онопко О. В. Мілітарна міфологія і «маленька переможна війна» [Текст] / О. В. Онопко // Наукові праці: науково-методичний журнал. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. – Вип. 170 (Т. 182). Політологія. – С. 70–73.
8. Онопко О. В. Політична міфологія парламентської виборчої кампанії 2012 р. в Україні : специфіка героїки та цивілізаційний чинник [Текст] / О. В. Онопко // Вісник Дніпропетровського університету. – Серія: Філософія. Соціологія. Політологія. – Дн. : ДНУ, 2012. – Т. 20. – Вип. 23 (3). – С. 140–144.
9. Онопко О. В. Політична міфологія як канал формування європейської ідентичності в Україні [Текст] / О. В. Онопко // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. – 2013. – Вип. 6 (4). – С. 79–83.

Статті у наукових періодичних виданнях інших держав:

10. Онопко О. В. Персональные политические мифы в избирательном процессе [Електронний ресурс] / О. В. Онопко // Знание. Понимание. Умение. –

2013. – № 4. – Режим доступу до журн. : http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/4/Onopko_Personal-Political-Myths/

11. Онопко О. В. Политическая мифология лояльности : российско-украинский опыт [Текст] / О. В. Онопко // Youth World Politic. – 2013. – № 4. – С. 90–97.

Статті у інших наукових виданнях України:

12. Онопко О. В. Политические мифы гражданской войны на юге России и Украине в 1917-1920 гг. [Текст] / О. В. Онопко // Гаудеамус игитур / Ред. Ю. Беловолов. – Сборник статей студенческого научного общества исторического факультета Донецкого национального университета. – Донецк : Издательство Донецкого национального университета, 2009. – С. 92–98.

13. Онопко О. В. Шляхи політичного міфоутворення [Текст] / О. В. Онопко // Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету. – 2010. – Випуск 2, Т. 3. – С. 167–172.

14. Онопко О. В. Героїка у політичній міфології і персональний бренд у сучасній політиці : моделювання наукової проблеми [Текст] / Т. Л. Нагорняк, О. В. Онопко // Історичні і політологічні дослідження. – 2012. – № 2 (5). – С. 288–295.

15. Онопко О. В. Мілітарна політична міфологія і «європейська армія» [Текст] / О. В. Онопко // Вісник Прикарпатського університету. – 2013. – Випуск 6–7. – С. 77–81.

16. Онопко О. В. Ментальність українців як фактор виникнення політичних міфів [Текст] / О. В. Онопко // Трибуна. – 2010. – № 7–8. – С. 42–43.

Тези і доповіді на міжнародних науково-практичних конференціях:

17. Онопко О. В. Політичні міфи як фактор сприйняття молоддю європейської інтеграції України [Текст] / О. В. Онопко // Молодь і держава : Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції 24–26 жовтня 2008 р. – К., 2008. – С. 256–258.

18. Онопко О. В. Політичний міф як засіб пропаганди [Текст] / О. В. Онопко // «Дні науки філософського факультету – 2010» : Матеріали доповідей і виступів. – К., 2010. – Ч. 6. – С. 344–345.

19. Онопко О. В. Соціально-політична ідентичність як фактор виникнення політичних міфів України [Текст] / О. В. Онопко // Проблеми культурної ідентичності : глобальний та локальний виміри / Матеріали міжнародної наукової конференції 23–24 квітня 2010 р. – Острог, 2010. – С. 373–380.

20. Онопко О. В. Место и роль социально-политической идентичности в возникновении политических мифов Украины [Текст] / О. В. Онопко // Проблемы и перспективы становления гражданского общества : Материалы Международной научно-практической конференции 20–21 мая 2010 г. – Могилёв, 2010. – С. 194–198.

21. Онопко О. В. НАТО-міфологія і євроатлантична інтеграція України [Текст] / О. В. Онопко // Молодь і держава : Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції 5–7 листопада 2010 р. – Донецьк, 2010. – С. 206–208.

22. Онопко О. В. «Герой» і «цивілізація» у політичній міфології [Текст] / О. В. Онопко // Дні науки філософського факультету – 2011 : Міжн. наук. конф. – К. : «Київський університет», 2011. – Ч. 7. – С. 52–54.

23. Онопко О. В. Політична міфологія президентської виборчої кампанії 2010 р.: структура та особливості героїки [Текст] / О. В. Онопко // «Дні науки філософського факультету – 2012» : Матеріали доп. та виступів міжн. наук. конф. – К. : «Київський університет», 2012. – Ч. 9. – С. 87–89.

24. Онопко О. В. Державна політика міфотворчості як чинник політичної ідентифікації індивіда [Текст] / О. В. Онопко // Проблеми культурної ідентичності в ситуації сучасного діалогу культур : зб. текстів виступів міжнародної наукової конференції. – Острог, 2013. – С. 34–37.

25. Онопко О. В. Еволюція бінарної політичної міфології президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр. в Україні [Текст] / О. В. Онопко // Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – Чернівці : Букрек, 2013. – С. 150–153.

26. Онопко О. В. Комуністична ідеологія і «герой» в українській політичній міфології [Текст] / О. В. Онопко // Дні науки філософського факультету : Міжн. наук. конф. – К. : «Київський університет», 2013. – Ч. 8. – С. 87–89.

27. Онопко О. В. Политические мифы как фактор в «войнах памяти» в Украине [Текст] / О. В. Онопко // Современные тенденции в государственном управлении, экономике, политике и праве : Материалы МНПК 29 ноября 2013 г. – Ростов-на-Дону : РАНХиГС, 2013. – С. 158–160.

Тези всеукраїнських науково-практичних конференцій:

28. Онопко О. В. Політичні міфи Центральної Європи як фактор виникнення локальних конфліктів регіону [Текст] / О. В. Онопко // Молодь, освіта наука, культура і національна само ідентичність в умовах європейської інтеграції : Збірник матеріалів XI Всеукраїнської науково-практичної конференції 14–16 травня 2008 р. – Київ, 2008. – С. 234–236.

29. Онопко О. В. Політичні міфи як фактор розвитку і функціонування суспільства в Україні [Текст] / О. В. Онопко // Громадський рух та становлення громадянського суспільства в Україні : Матеріали Всеукраїнської конференції 8 жовтня 2008 р. – Сімферополь, 2008. – С. 102–106.

30. Онопко О. В. Молодь, ідеологія і міф [Текст] / О. В. Онопко // Антикризисная стратегия региональной молодежной политики : Матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Донецьк, 2011. – С. 90.

31. Онопко О. В. Політична міфологія лояльності за умов формування «режиму домінуючої влади» в Україні [Текст] / О. В. Онопко // Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук : Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю 20 грудня 2013 р. – Дніпропетровськ, 2013. – С. 91–93.

Тези регіональних науково-практичних конференцій:

32. Онопко О. В. Загальнолюдські цінності як політичний міф лібералізму [Текст] / О. В. Онопко // Філософсько-світоглядні аспекти становлення і

розвитку духовної культури студентської та курсантської молоді : Матеріали регіонального круглого столу 19 листопада 2010 р. – Донецьк : Видавництво ДЮІ, 2010. – С. 57–60.

33. Онопко О. В. Молодь, політичний міф і пропаганда [Текст] / О. В. Онопко // Філософсько-світоглядні аспекти становлення і розвитку духовної культури студентської та курсантської молоді : Матеріали регіонального круглого столу 14 жовтня 2011 р. – Донецьк : Видавництво ДЮІ, 2011. – С. 83–85.

АНОТАЦІЇ

Онопко О. В. Політичні міфи у президентських виборчих кампаніях 2004 і 2010 рр. в Україні. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.03 – політична культура та ідеологія. – Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. – Київ, 2014.

У дисертації аналізуються концептуальні основи дослідження, природа й специфіка поширення політичних міфів у виборчих кампаніях. Відповідно до неоінституціональної природи політичного міфу, доведена доцільність моделювання міфу як соціального явища, розкрита його мономіфічна специфіка.

Описані техніки й способи використання політичних міфів у президентських виборчих змаганнях у США, Франції, Польщі, Македонії, Росії. Це дозволило виявити ментальні та геополітичні чинники політичної міфотворчості, зокрема й під час президентських виборчих кампаній 2004 і 2010 рр. в Україні. Доведено, що в Україні існують сприятливі ментальні передумови для створення конструктивних, автентичних і довгострокових політичних міфів, застосування яких у політичному процесі, зокрема й в електоральному полі сприятиме консолідації українського суспільства.

Ключові слова: політичний міф, політична міфотворчість, політична культура, ментальність, консолідація суспільства, президентська виборча кампанія, мономіф, персональний політичний міф.

Онопко О. В. Политические мифы в президентских избирательных кампаниях 2004 и 2010 гг. в Украине. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.03 – политическая культура и идеология. – Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова. – Киев, 2014.

В диссертации анализируются концептуальные основы исследования, природа и специфика распространения политических мифов в избирательных кампаниях. Согласно с неоинституциональной природой политического мифа, доказана целесообразность его моделирования как социального явления, раскрыта его мономифическая специфика.

Описаны техники и способы использования политических мифов в президентских избирательных кампаниях в США, Франции, Польши, Македонии, России. Это позволило выявить ментальные и геополитические факторы политического мифотворчества, в частности, во время президентских избирательных кампаний 2004 и 2010 гг. в Украине.

Современный неоинституциональный подход позволил исследовать персональные политические мифы президентской избирательной кампании как механизмы и практики формирования новых политических институтов. Сама избирательная кампания в таком случае предстаёт в качестве институционального поля – совокупности всех институтов, действующих в данный момент и имеющих прямое отношение к выборам президента. Когда индивиды согласны с персональным политическим мифом и поддерживают его, он приобретает статус институционального соглашения. Оно представляет собой неформальный договор между создателями и носителями политического мифа по осуществлению последними на основании внедряемых им норм собственного политического поведения. Институциональное соглашение эффективно существует в той мере, в которой оно соответствует институциональной среде – совокупности геополитически обусловленных норм, ценностей, традиций, обычаев, установок, уже имеющих в обществе и выраженных в частности в ментальности и исторической памяти общества. Процесс создания и развития политических мифов соответствует логике жизненного цикла политической системы и мономифа.

Было выяснено, что персональные политические мифы развиваются циклически, проходя ряд фаз (от зарождения в недрах старой системы – до отмирания, реликтового существования), а также что параллельно с жизненным циклом политического мифа существует логика существования героев, вокруг которых он создается. При этом с президентской избирательной кампанией по времени может совпадать как одна, так и несколько стадий модели жизненного цикла сразу. Все персональные политические мифы имеют единую мономифическую структуру – универсальную, инвариативную мифологическую биографию конкретного лица, героический образ которого имеет две основные стадии существования: сепаративную и лиминальную. В политической сфере сепаративный этап связан с получением персоной статуса политического актора (депутат, партийный активист, мэр города). Лиминальный этап характеризуется сменой существующего политического статуса на наивысший в пределах конкретного социума (президент, император, генеральный секретарь).

Жители Украины, будучи ментально единой нацией, имеют в основном противоположные взгляды на историю, что способствует непониманию, вражде и искусственному расколу среди граждан. Этим активно пользовались мифотворцы во время президентских избирательных кампаний в 2004 и 2010 гг.. Доказан искусственный характер большинства персональных мифов, связанный с копированием командами ведущих кандидатов в президенты

западных и российских шаблонов политического мифотворчества, их неполное соответствие мономифической логике.

Доказано, что персональные политические мифы, которые использовались в президентских избирательных кампаниях в Украине в 2004 и 2010 гг. часто были искусственными, ситуативными и деструктивными, оторванными от ментальных и социокультурных особенностей украинского общества. Персональные политические мифологии президентских избирательных кампаний 2004 и 2010 гг., хотя и принципиально отличались по своим центральным параметрам, не несли конструктивный характер, не распространяли политические нормы, традиции и ценности, которые могли бы консолидировать украинское общество.

В то же время доказано, что в Украине существуют благоприятные ментальные предпосылки для создания конструктивных, аутентичных и долгосрочных персональных политических мифов, применение которых в президентских избирательных кампаниях будет способствовать консолидации украинского общества.

Ключевые слова: политический миф, политическое мифотворчество, политическая культура, ментальность, консолидация общества, президентская избирательная кампания, мономиф, персональный политический миф.

Onopko O.V. The Political Myths in the Presidential Election Campaigns of 2004 and 2010 in Ukraine. – Manuscript.

Dissertation for the degree – Candidate of Political Sciences, specialty 23.00.03 – political culture and ideology. – National Pedagogical Dragomanov. – Kiev, 2014.

The conceptual foundations of research, the nature and specificity of the political myths' spreading in election campaigns are analyzed in the dissertation. According to the neoinstitutional nature of political myth, the feasibility of its modeling as a social phenomenon, revealing his monomythical specifics.

The techniques and methods of using of political myths in the presidential election contests in the USA, France, Poland, Macedonia and Russia are described. It made possible to reveal the mental and geopolitical factors of political myth-creating, particularly during the presidential election campaigns of 2004 and 2010 in Ukraine. It is proved that there are favorable mental conditions for the creation of the authentic and long-term political myths in Ukraine. The using of them in political process including in the electoral field will contribute to the consolidation of Ukrainian society.

Keywords: political myth, political myth-creating, political culture, mentality, consolidation of society, presidential election campaign, monomyth, personal political myth.