

УКРАЇНСЬКА ШКОЛА АРХЕТИПІКИ

**АРХЕТИПІКА І ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ:
ІНСТИТУЦІЙНІ ФОРМИ,
МЕХАНІЗМИ ТА ПРАКТИКИ**

**збірник наукових праць
переможців і кращих авторів
Першого міжнародного конкурсу молодих учених**

**КИЇВ
НТЦ «Псіхєя»
2013**

УДК 342:321:316
ББК 67
A94

Схвалено Вченою радою Національної академії
державного управління при Президентові України
(протокол № 202/4-9 від 21 травня 2013 року)

Експертна колегія:

Тетяна Данилова, канд. філос. наук (Київ, Україна);
Володимир Козаков, д-р держ. упр., проф. (Київ, Україна);
Павло Крупкін, канд. фіз.-мат. наук, с. н. с., (Париж, Франція);
Катерина Меркотан, канд. політ. наук (Борне Суліново, Польща);
Валентина Мамонова, д-р держ. упр., проф. (Харків, Україна);
Андрій Мартинов, д-р іст. наук, с. н. с. (Київ, Україна);
Людмила Приходченко, д-р держ. упр., проф. (Одеса, Україна);
Олена Шибанова-Росенко, канд. екон. наук, проф.
(Лондон, Велика Британія; Твер, Росія).

A94

Архетипіка і державне управління: інституційні форми, механізми та практики [Текст] : збірник наукових праць переможців і кращих авторів Першого міжнародного конкурсу молодих учених ; Київ, 24 травня 2013 р. / за ред. Е. А. Афоніна, Г. Л. Рябцева. – К. : НАДУ, 2013. – 112 с.

ISBN 978-966-95379-6-6

До збірки увійшли статті переможців і кращих авторів Першого міжнародного конкурсу молодих учених, фінал якого пройшов у рамках Четвертого теоретико-методологічного семінару за міжнародною участю «Архетипіка і державне управління: інституційні форми, механізми і практики» (22-26 травня 2013 р., Київ, Україна).

УДК 342: 321: 316
ББК 67

© Українська школа архетипіки, 2013

ISBN 978-966-95379-6-6

ЗМІСТ

До читача

<i>Марина БІЛИНСЬКА</i>	5
<i>Сергій КОТОВ-ДАРТІ</i>	6

Теорія та історія державного управління, державної служби та місцевого самоврядування (архетипна парадигма)

<i>Ігор РЕШЕВЕЦЬ</i> . Архетипна парадигма в політико-адміністративному менеджменті	7
<i>Марина СТАРОВА</i> . Проблеми морально-етичної поведінки лідера в колективі: архетипна парадигма	17
<i>Олександр ЧАБАН</i> . Архетипні та соціокультурні основи корупційної поведінки в українській дійсності	25

Механізми державного управління, державної служби та місцевого самоврядування (архетипна парадигма)

<i>Олена БУЛКІНА</i> . Архетипні особливості здійснення політичної професійної діяльності	34
<i>Степан ГАЛИЧ</i> . Політичні вибори в Україні: архетипний підхід	41
<i>Юрій ГУБАРЄВ-ЗОЛОТУХІН</i> . Маніпулювання масовою свідомістю	51
<i>Сергій ДОРОШЕНКО</i> . Державно-приватне партнерство як наслідок архетипіки в державному управлінні	59
<i>Альберт ЗЕЛЯК</i> . Комунікації в публічній сфері та їх архетипіка	67
<i>Надія ПАВЕЛКО</i> . Архетипна природа державної аграрної політики України	74
<i>Аліна ПОМАЗА-ПОНОМАРЕНКО</i> . Механізм збалансування та державної підтримки реалізації інтересів у сфері земельно-орендних відносин: архетипна природа	81

Проблеми планування розвитку територій (архетипна парадигма)

<i>Віталій ОМЕЛЬЯНЕНКО</i> . Управління процесами створення регіональної екосистеми інновацій з урахуванням особливостей інституційних архетипів	90
<i>Юлія ЧЕРКАСОВА</i> . Планування територій суспільного значення в житлових районах (архетипний підхід)	97
<i>Євген ЮРЧЕНКО</i> . Збереження архетипу територій при плануванні і забудові населених пунктів	104

Українська школа архетипіки	110
--	-----

TABLE OF CONTENTS

To the reader

<i>Maryna BILYNSKA</i>	5
<i>Sergej KOTOV-DARTEY</i>	6

Theory and history of public administration, state services and local self-government (archetypical paradigm)

<i>Igor RESHEVETS</i> . Archetypical paradigm of the political administration management.....	7
<i>Marina STAROVA</i> . The problems of ethical behavior of a leader in the group: the archetype paradigm	17
<i>Alexander CHABAN</i> . Archetypical and socio-cultural foundations of corruptive behavior in the Ukrainian reality	25

Mechanisms of public administrations, services and local self-government (archetypical paradigm)

<i>Helen BULKINA</i> . Archetypical peculiarities of professional political activity implementation.....	34
<i>Stepan GALYCH</i> . Political elections in Ukraine: archetypical approach.	41
<i>Yuriy GUBAREV-ZOLOTUKHIN</i> . Mass consciousness control.....	51
<i>Sergey DOROSHENKO</i> . Public-Private Partnership (PPP) as a consequence of archetypical patterns in the state administration	59
<i>Albert ZELYAK</i> . Communications in the public sphere and their archetypical patterns.....	67
<i>Nadiya PAVELKO</i> . Archetypal nature of state agricultural policy in Ukraine.....	74
<i>Alina POMAZA-PONOMARENKO</i> . Balancing and state support mechanism for realization of interests under in land lease relations: archetypical nature	81

Development problems in planning of territories (archetypical paradigm)

<i>Vitaliy OMELIANENKO</i> . Administering the processes of regional ecosystem innovations creation considering the peculiarities of institutional archetypes	90
<i>Juliya CHERKASOVA</i> . Planning of territories of public value in residential areas (archetype approach)	97
<i>Evgenii YURCHENKO</i> . Planning and development of residential areas preserving the territorial archetypes	104

Ukrainian school of archetypes	110
---	-----

Sergey DOROSHENKO

Post-graduate student

Classic private university

(Zaporizhzhia, Ukraine)

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP (PPP) AS A CONSEQUENCE OF ARCHETYPICAL PATTERNS IN THE STATE ADMINISTRATION

The article is devoted to the scientific and practical perception of public-private partnership through the prism of archetypes in the state administration. The interrelation of structural elements of human psyche, hidden in the communal unconsciousness, has been analyzed with the emergence and the current state of PPP as one of the elements of state government. The main advantage of PPP is its flexibility of usage, as is the human intellect itself. In addition, it is the application in the solution of systematic problems of the socio-economic development of the society in accordance with the logic of the social behavior.

Keywords: *archetype, state administration, public-private partnership, the commune unconsciousness, instincts, psyche, public relations, socio-economic development.*

УДК 32.019.52

Альберт ЗЕЛЯК

слухач магістерської програми за спеціальністю «Публічне адміністрування»

Харківського національного економічного університету

(Харків, Україна)

КОМУНІКАЦІЇ В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ ТА ЇХ АРХЕТИПІКА

Викладено основні моделі, аспекти та практичні засади комунікацій в суспільному розвитку; здійснено аналіз комунікативних практик у публічній сфері. Особлива увага звертається на використання архетипних образів під час комунікативного впливу. Також розглянуто проблеми розширення сфери застосування комунікацій, її функції і роль в інформаційному суспільстві.

Ключові слова: *комунікації, архетипні аспекти, засоби масової інформації (ЗМІ), політичні комунікації, цінності, моделі, Інтернет.*

Постановка проблеми. Політична комунікація в Україні відрізняється від політичної комунікації в розвинених демократіях так само, як і суб'єкти політичного процесу в Україні. Перш за все, політичні партії і вища державна влада відрізняються від політичних партій і вищої державної влади в суспільстві з розвинутою демократією.

Під політичною комунікацією ми розуміємо процес передачі політичної інформації в межах певної політичної системи, а також між цією системою і суспі-

льством у цілому, під час якого політичні еліти намагаються сформувати сприятливу для себе громадську думку за допомогою засобів масової інформації.

Отже, учасниками процесу політичної комунікації є влада, ЗМІ і «маси», а суттю – переконання, побудова повідомлень, створення та розповсюдження символів та інтерпретація значень.

Якість політичних комунікацій визначається рівнем розвитку громадянського суспільства – тобто суспільства, в якому влада залежить від громадян та існує для громадян, а не навпаки. Чим демократичнішим є суспільство, тим інтенсивнішими будуть політичні комунікації, обмін політичною інформацією на горизонтальному рівні між членами суспільства та організаціями і на вертикальному рівні – між різними елементами політичної системи, причому горизонтальний обмін має набагато важливіше значення. Метод розповсюдження політичної інформації і наявність контролю за поширенням політичної інформації є одним з основних критеріїв для визначення типу політичного режиму – як авторитарного (наявність суворого контролю), так і демократичного (інформаційний плюралізм і доступність інформації максимально широким верствам суспільства).

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематиці архетипів та їх функціонуванню в соціальній і політичній діяльності присвячено роботи К. Юнга [1], М. Еліаде [5], Б. Кримського [7], Е. Афоніна [2]. Але дослідження процесу формування архетипових принципів під час здійснення комунікацій не можна вважати вичерпним, що відкриває простір для подальших наукових розробок.

Виходячи з викладеного вище, **метою** цього дослідження є розгляд архетипної моделі політичної комунікації, основних засобів її здійснення і того, як вона функціонує в Україні.

Виклад основного матеріалу. Архетип – це формалізована і багаторазово використовувана модель деякого поняття предметної області [1]. Це визначення лежить в основі розгляду існуючих моделей політичної комунікації. Ідеальна (архетипна) модель політичної комунікації передбачає наявність діалогу між «правлячою елітою» і «керованими масами» за допомогою незалежних ЗМІ, за якого:

- відбувається рівноправний обмін інформацією про політичний процес і його конкретні прояви;
- ця інформація є точною, повною, достовірною, завершеною і перевіреною;
- цей діалог ведеться у відповідності до основних культурно-цивілізаційних цінностей, що сповідаються в цьому суспільстві;
- політичний процес та інформування про нього відбуваються у відповідності до основних прав людини і цивільних свобод: свободи політичних та інших переконань, свободи слова і друку, свободи зібрань та об'єднань, свободи одержувати і поширювати інформацію;
- політичні комунікації не є лінійним односпрямованим вертикальним процесом (від еліт до мас, що пасивно їх сприймають), це сукупність різноспрямованих повідомлень, обмін якими відбувається між різними членами громадянського суспільства на горизонтальному рівні та між членами громадянського суспільства і «правлячою елітою» за допомогою зворотного зв'язку.

Розвиток теорії політичної комунікації співпав із становленням інформаційного суспільства. Ще в 1940-х американець Г. Лассуелл запропонував просту

формулу політичної комунікації, до якої включив джерело інформації, повідомлення, засіб зв'язку, адресата і результат комунікації [8, с. 50].

Технічно застосування формули Г. Лассуелла до аналізу політичних комунікацій зводиться до отримання відповідей на питання, хто, що, яким каналом, кому і з яким результатом повідомив. Через деякий час формула політичної комунікації була вдосконалена Р. Бреддоком, який ввів до неї питання «за яких обставин?» і «з якою метою?» (рис. 1).



Рис. 1. Формула політичної комунікації Р. Бреддока [10]

Подальший розвиток модель політичної комунікації отримала у К. Шеннона і У. Вівера, які додали до неї елементи «передавача», в якому «повідомлення», відправлене «джерелом», перетворюється на «сигнал», адаптований для передачі відповідним «каналом зв'язку». «Сигнал», спотворений «перешкодами» під час передачі, надходить у «приймач», де відновлюється до формату, в якому він може бути наданий «адресату». При цьому «перешкоди» в політичній комунікації, що виникають через безліч «сигналів», які передаються одночасно, найчастіше перетворюють політичні комунікації на гру в «зіпсований телефон». Завдання ускладнюється якщо «передавач», тобто ланка, в якій інформація приводиться до формату, необхідного для передачі її каналами зв'язку (ЗМІ), вносить додаткові «перешкоди», особливо зважаючи на те, що «декодування» сигналу, тобто виділення з нього «значення», здійснюється самим «адресатом» (рис. 2).

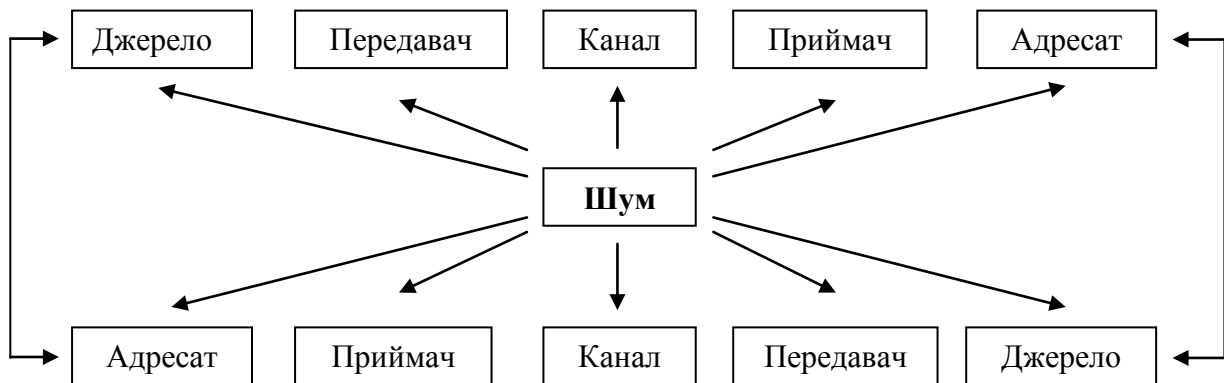


Рис. 2. Модель політичної комунікації К. Шеннона і У. Вівера [10]

Усі перелічені моделі політичної комунікації не беруть до уваги зворотний зв'язок. Навіть якщо такі політичні комунікації і враховують фактор «громадської думки», вони не досягають завдання використання ЗМІ для зміни думки значної частини суспільства на користь еліт.

Уже в 1960-х паралельно з розвитком і масовим поширенням інформаційних технологій і мовних ЗМІ виникло розуміння необхідності зворотного зв'язку, яке знайшло своє відображення в тому, що поряд з терміном «засоби масової інформації» дедалі частіше вживається термін «засоби масової комунікації». Удосконалена модель політичної комунікації як обміну інформацією між правлячими елітами, бюрократією і масами містить у собі елемент безпосереднього зворотного зв'язку. Наприклад, голландські дослідники Й. Бордвік і Б. Ван Каам запропонували такі варіанти моделей політичної комунікації:

- модель мовлення (односпрямований, вертикальний потік інформації з центру до «мас»);
- діалогова модель (автономний горизонтальний обмін інформацією у форматі дискусій, (теле) конференцій);
- консультаційна модель (індивідуальні користувачі інформації на периферії запитують інформацію в центрі й отримують потік відповідей);
- реєстраційна модель («центр» запитує інформацію в індивідуальних суб'єктів інформаційного обміну й отримує потік відповідей, які збираються в «центральний банк даних», доступ до якого закрито для індивідуальних суб'єктів) [10, с. 9].

Головними питаннями, що визначають якість комунікації в кожній з цих моделей, є питання контролю вибору місця, часу і предмета комунікації, а також контролю за зберіганням інформації та доступом до неї.

Оскільки архетип – це первинний образ, оригінал, загальнолюдські символи, покладені в основу міфів, фольклору та самої культури в цілому, що переходять з покоління в покоління [1], ми розглянемо міфи, що існують в політичних комунікаціях.

Так, основними міфами є те, що:

- ЗМІ підривають авторитет політичних лідерів, виставляючи їх в негативному або смішному світлі;
- ЗМІ цікавляться лише політичними скандалами;
- ЗМІ друкують і транслюють лише ту інформацію, за яку їм платять.

Реально ж у цій сфері існують такі проблеми:

- ЗМІ здебільшого розважають, інтерпретують, оцінюють, а не інформують;
- кампанії в ЗМІ, «бренди» й «іміджі» впливають на результати виборів більше, ніж ідеологія, політичні кроки та програми;
- ЗМІ намагаються самі стати гравцями, обстоюючи інтереси своїх власників, а не суспільства, замовчують не вигідну для своїх власників інформацію та ігнорують альтернативні думки.

Зі сфери політичної комунікації «по-українськи» випадає функція зворотного зв'язку (якщо не вважати такою «листи читачів» і «листи громадян», що мають звичку з'являтися в потрібний час), а також механізм публічних дискусій (дебатів, конференцій, слухань, зустрічей тощо) із залученням експертів, різних «груп інте-

ресів» і громадськості (відомий як процес масових консультацій із суспільно значущих проблем, або деліберативний процес).

При цьому втрачається головний сенс політичної комунікації – створення передумов до приходу до публічної влади, тобто влади, яка користується підтримкою і достатнім рівнем довіри громадян, що складають структуровані соціальні групи (громадянське суспільство), які ведуть публічну дискусію про опрацювання, ухвалення та просуванні владних рішень й про управління державою. Лише наявність публічної політики, заснованої на дієвому зворотному зв'язку, надає можливість забезпечити прозорість політичного процесу та політичної боротьби.

Політики живуть і діють у режимі міфу (архетипу), багаторазово озвученого й описаного в ЗМІ до того стану, коли він перетворюється на «реальність», яка і пропонується виборцю. При цьому політики і державні діячі – від президента до лідера будь-якої з численних партій – публічно заявляють, що у нас немає незалежних ЗМІ, оскільки «всі комусь служать», публічно журяться з цього приводу, одночасно витрачаючи часом титанічні зусилля на встановлення контролю або хоча б отримання «гарантованого» доступу до ЗМІ.

Одним з парадоксів українських ЗМІ є те, що, нарощуючи впливовість, вони, за рідкісними винятками, стають більш уразливими і, як результат, більш залежними.

Розуміння політичної комунікації – процесу передачі політичної інформації – практично повністю збігається з розумінням українськими політичними та бізнес-елітами терміна «паблік рілейшнз», які, між тим, аж ніяк не є тотожними поняттями.

Так, на сьогодні в Україні найпопулярнішими політичними передачами є «Свобода слова» на телеканалі ICTV, «Шустер LIVE» на ТРК «Україна» і «Велика політика» на телеканалі «Інтер». У кожній з передач є свій офіційний сайт. Так само в Україні видаються такі газети і журнали, як «Сьогодні», «Факти та коментарі», «Дзеркало тижня», «Фокус», «Голос України» [3].

Те, що сьогодні ставка в політичній комунікації робиться не на телебачення, а на Інтернет, пов'язується з багатьма чинниками. Це оперативність, мобільність, вартість, плюралізм думок, досить широке охоплення аудиторії. Але основним можна назвати саме можливість двосторонньої побудови зв'язку. Справа в тому, що до цього всі доступні суспільству комунікаційні канали були спрямовані на інформування й оповіщення, тоді як Інтернет надає можливість вступити з владними структурами в діалог, хоч і не завжди конструктивний. У цьому полягає головний прорив web-технологій для політичної комунікації.

Інтернет виявився специфічним інтерактивним засобом масової комунікації. Він активно використовується в політичному процесі, кидаючи виклики його традиційним інститутам і механізмам. Чи займе Інтернет провідну роль для політичної комунікації, чи ні, залежить у першу чергу від його технічних характеристик – швидкість, охоплення, вартість.

Результати аналізу свідчать, що кількість користувачів Інтернету з кожним роком зростає (рис. 3). За нашими прогнозами, у 2013 р. частка українців, які користуватимуться Інтернетом, досягне 50, а в 2014 р. – 59 %.

На Україні у кожного міністерства, відомства, інституту влади є офіційний сайт. На кожному з них є функція, що забезпечує можливість звернення громадян.

Наприклад, до Головного управління забезпечення доступу до публічної інформації Адміністрації Президента України протягом березня 2013 р. надійшло 244 запити. Регіони України – лідери за кількістю інформаційних запитів у березні: Київ – 57; Дніпропетровська область – 18; Львівська область – 14. Із 1 січня по 31 березня 2013 р. надійшло 728 запитів, у тому числі від ЗМІ – 52 або 7 % від загальної кількості. На частку фізичних осіб припадає 577 запитів або 79 % від загальної кількості [9]. На всі запити та звернення було дано своєчасні відповіді, отже, можна стверджувати, що зворотний зв'язок існує.

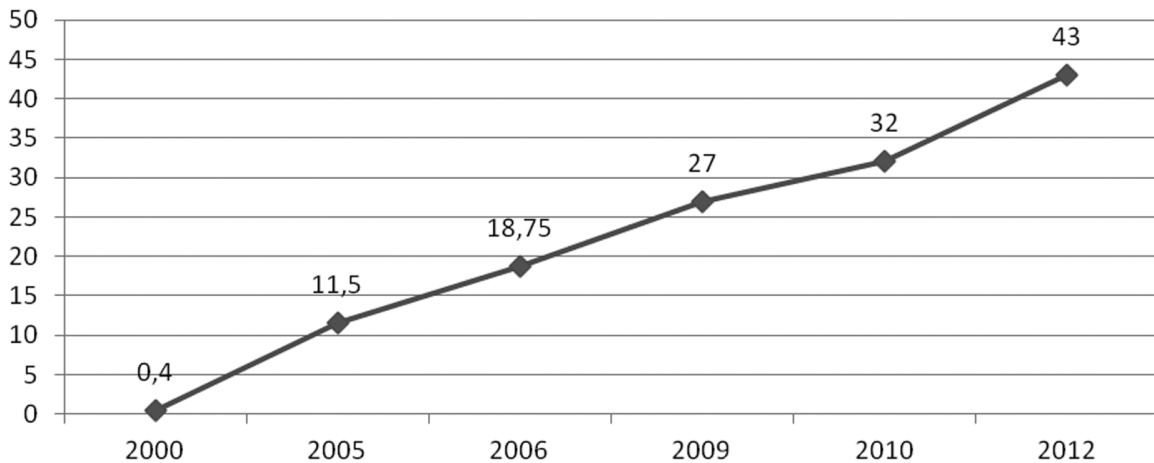


Рис. 3. Частка, %, населення України, що користується Інтернетом [4]

Інтернет може сприяти подоланню негативної тенденції до зниження рівня політичної участі, спростивши прямий контакт громадян та уряду. Інтернет знижує витрати на узгодження можливих шляхів політичної взаємодії між індивідами, що дотримуються схожих поглядів, але не взаємодіючих безпосередньо в реальному світі.

Таким чином, Інтернет-технології надають досить широкі можливості для політичної комунікації. Інтернет увібрав в себе всі друковані засоби, радіо і телебачення, але доповнив їх можливістю встановлення зворотного зв'язку в реальному часі.

Інтернет – це свобода й відображення суспільства. Зараз це відображення не є дуже привабливим. Щоб вийти на високий рівень справді цивілізованої країни з високою політичною культурою і високим ступенем участі (грамотної участі) жителів у політичному житті країни, потрібно зробити дуже багато. Неможливо впевнено стверджувати, як саме розвиток Інтернет-технологій позначиться на політичному процесі. Але рух у цьому напрямку містить потенціал, здатний докорінно змінити уявлення про державу в цілому. Важко уявити, що політики відмовляться від політичної реклами через Інтернет, ураховуючи всі її можливості.

Висновки і рекомендації. Проблеми політичної комунікації в сучасному українському суспільстві можна спрощено звести до такого:

— влада є закритою щодо громадян і представляє лише себе – посадові особи, організації та партії не зацікавлені у наданні громадянам повної інформації про свою діяльність;

— влада в цілому, окремі посадовці та політики чинять тиск на ЗМІ, використовуючи широкий арсенал засобів – від недосконалості законодавства та відсут-

ності справді незалежної судової влади до погроз;

— ЗМІ часто не зацікавлені в оприлюдненні отриманої ними інформації;
— суспільство в цілому пасивно сприймає інформацію в ЗМІ про зловживання влади. Приклад – навіть «справа журналіста Гонгадзе» і «касетний скандал» не змогли активізувати громадськість;

— відсутні усвідомлена необхідність, стратегії і механізми комунікації між політичним «класом» і суспільством (своєрідне «відділення країни від держави»).

Тобто, можна зробити висновки, що, по-перше, з еволюцією моделей політичної комунікації в остаточній архетипній моделі з'явився зворотній зв'язок у взаємодії влади та громадськості. По-друге, в Україні основними способами здійснення цього зв'язку є ЗМІ, радіо, телебачення, газети, журнали та Інтернет. Інтернет зараз є найбільш прогресуючим і таким, що активно розвивається, засобом політичної комунікації, оскільки кількість користувачів Інтернетом і звернень до владних структур за його допомогою зростає з кожним роком. Але при цьому існують і проблеми, виділені вище, які на сьогодні є не вирішеними, однак у майбутньому з розвитком інформаційного суспільства, дотримуючись сценарію стабільного соціально-економічного розвитку держави та політичних комунікацій у ній, вони будуть вирішені, а вітчизняна архетипна модель стане фундаментом для формування й реалізації дієвих комунікацій у рамках взаємодії «влада – громадськість».

Список літератури

1. Архетип [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Архетип>.
2. Афонін Е. А. Громадська доля у творенні та здійсненні державної політики / Е. А. Афонін, Л. В. Гонюкова, Р. В. Войтович. – К. : Центр сприяння інституційному розвитку державної служби, 2006. – 160 с. – (Сер. «Б-ка молодого державного службовця»).
3. Газети та журнали України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uaoport.net/cat/sredstva-massovoy-informacii/gazety-i-zhurnaly>.
4. Інтернет в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет на Украине](http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет_на_Украине).
5. Элиаде М. Аспекты мифа [Електронний ресурс] / М. Элиаде. – Режим доступу : <http://www.bogoslov.ru/persons/390878/index.html>.
6. Корінний А. А. Інформація і комунікація / А. А. Корінний. – К. : Наук. думка, 1986. – 144 с.
7. Кримський С. Б. Архетипи української культури / С. Б. Кримський // Вісн. НАН України. – 1998. – № 7–8. – С. 74–87.
8. Основи теорії комунікації / за ред. В. А. Василика. – К. : Гардарики, 2003. – 615 с.
9. Офіційний сайт Президента України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://president2010.info/ru/page/81>.
10. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – К.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.

Albert ZELYAK

Master's student

Kharkiv state economic university

(Kharkiv, Ukraine)

COMMUNICATIONS IN THE PUBLIC SPHERE AND THEIR ARCHETYPICAL PATTERNS

The article talks about the main patterns, aspects and practical basis for communications in the societal development. Communication practices in the public sphere have been analysed. There is a special emphasis on the usage of archetypal images during the action of communication. In addition, the author investigates the problems of communications application as well as their functions and role in the information society.

Keywords: *communications, archetype aspect, mass media, political communications, values, patterns, internet.*

УДК 351.823.1:338.43.02:94 (477)

Надія ПАВЕЛКО

аспірант Класичного приватного університету

(Запоріжжя, Україна)

АРХЕТИПНА ПРИРОДА ДЕРЖАВНОЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Розглянуто історичний розвиток державної аграрної політики як ідейної спадщини українського народу. Особливу увагу приділено визначенню архетипної природи державної аграрної політики та осмисленню значення аграрної галузі для держави в умовах нової економічної і політичної парадигми.

Ключові слова: *архетипна природа, державна аграрна політика, історичний розвиток, український народ, аграрна галузь України.*

Постановка проблеми. Органи державної влади визнають, що формування державної аграрної політики України є пріоритетним напрямом сучасного етапу державотворення, який супроводжується загостренням відносин суспільства і держави. Відповідна обставина ставить на порядок денний проблему ефективності взаємодії механізмів державного управління, пов'язаних із формуванням аграрної політики, що забезпечить функціонування сільськогосподарського виробництва, стабільність держави та її громадян у продовольчій безпеці. Не менш важливу роль мають архетипи й цінності, що становлять історію та відіграють ключову роль у плануванні стратегії державної аграрної політики в Україні, адже на сьогодні державне управління стає більш залежним від рівня розвитку суспільного «са-