

УКРАИНСКАЯ ШКОЛА АРХЕТИПИКИ

**АРХЕТИПИКА
И ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ:
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФОРМЫ,
МЕХАНИЗМЫ И ПРАКТИКИ**

**сборник научных работ
победителей и лучших авторов
Первого международного конкурса молодых ученых**

**КИЕВ
НТЦ «Психея»
2013**

УДК 342:321:316
ББК 67
А94

Одобрено Ученым советом Национальной академии
государственного управления при Президенте Украины
(протокол № 202/4-9 от 21 мая 2013 года)

Экспертная коллегия:

Татьяна Данилова, канд. филос. наук (Киев, Украина);
Владимир Козаков, д-р гос. упр., проф. (Киев, Украина);
Павел Крупкин, канд. физ.-мат. наук, с. н. с. (Париж, Франция);
Екатерина Меркотан, канд. полит. наук, (Борне Сулиново, Польша);
Валентина Мамонова, д-р гос. упр., проф. (Харьков, Украина);
Андрей Мартынов, д-р ист. наук, с. н. с. (Киев, Украина);
Людмила Приходченко, д-р гос. упр., проф. (Одесса, Украина);
Елена Шибанова-Роечко, канд. экон. наук, проф.
(Лондон, Великобритания; Тверь, Россия).

А94

Архетипика и государственное управление: институциональные формы, механизмы и практики [Текст] : сборник научных работ победителей и лучших авторов Первого международного конкурса молодых ученых ; Киев, 24 мая 2013 г. / под ред. Е. А. Афонина и Г. Л. Рябцева. – К. : Психея, 2013. – 120 с.

ISBN 978-966-95379-5-9

В сборник вошли статьи победителей и лучших авторов Первого международного конкурса молодых ученых, финал которого прошел в рамках Четвертого теоретико-методологического семинара с международным участием «Архетипика и государственное управление: институциональные формы, механизмы и практики» (22-26 мая 2013 г., Киев, Украина).

УДК 342: 321: 316
ББК 67

© Українська школа архетипіки, 2013

ISBN 978-966-95379-5-9

СОДЕРЖАНИЕ

К читателю

<i>Марина БИЛИНСКАЯ</i>	5
<i>Сергей КОТОВ-ДАРТИ</i>	6

Теория и история государственного управления, государственной службы и местного самоуправления (архетипная парадигма)

<i>Игорь РЕШЕВЕЦ</i> . Архетипная парадигма в политико-административном менеджменте	7
<i>Марина СТАРОВА</i> . Проблемы морально-этического поведения лидера в коллективе: архетипная парадигма	18
<i>Александр ЧАБАН</i> . Архетипные и социокультурные основы коррупционного поведения в украинской действительности	27

Механизмы государственного управления, государственной службы и местного самоуправления (архетипная парадигма)

<i>Елена БУЛКИНА</i> . Архетипные особенности осуществления политической профессиональной деятельности	37
<i>Степан ГАЛИЧ</i> . Политические выборы в Украине: архетипный подход	45
<i>Юрий ГУБАРЕВ-ЗОЛОТУХИН</i> . Манипулирование массовым сознанием	55
<i>Сергей ДОРОШЕНКО</i> . Государственно-частное партнёрство как следствие архетипики в государственном управлении	64
<i>Альберт ЗЕЛЯК</i> . Коммуникации в публичной сфере и их архетипика	72
<i>Надежда ПАВЕЛКО</i> . Архетипная природа государственной аграрной политики Украины	80
<i>Алина ПОМАЗА-ПОНОМАРЕНКО</i> . Механизм сбалансирования и государственной поддержки реализации интересов в сфере земельно-арендных отношений: архетипная природа	87

Проблемы планирования развития территорий (архетипная парадигма)

<i>Виталий ОМЕЛЬЯНЕНКО</i> . Управление процессами создания региональной экосистемы инноваций с учетом особенностей институциональных архетипов	96
<i>Юлия ЧЕРКАСОВА</i> . Планирование территорий общественного значения в жилых районах (архетипный подход)	104
<i>Евгений ЮРЧЕНКО</i> . Сохранение архетипа территорий при планировке и застройке населенных пунктов	111

Украинская школа архетипики	119
-----------------------------------	-----

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	18
<i>Alexander CHABAN</i> . Archetypical and socio-cultural foundations of corruptive behavior in the Ukrainian reality	27

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

<i>Helen BULKINA</i> . Archetypical peculiarities of professional political activity implementation.....	37
<i>Stepan GALYCH</i> . Political elections in Ukraine: archetypical approach.	45
<i>Yuriy GUBAREV-ZOLOTUKHIN</i> . Mass consciousness control.....	55
<i>Sergey DOROSHENKO</i> . Public-Private Partnership (PPP) as a consequence of archetypical patterns in the state administration	64
<i>Albert ZELYAK</i> . Communications in the public sphere and their archetypical patterns.....	72
<i>Nadiya PAVELKO</i> . Archetypal nature of state agricultural policy in Ukraine.....	80
<i>Alina POMAZA-PONOMARENKO</i> . Balancing and state support mechanism for realization of interests under in land lease relations: archetypical nature	87

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	96
<i>Juliya CHERKASOVA</i> . Planning of territories of public value in residential areas (archetype approach)	104
<i>Evgenii YURCHENKO</i> . Planning and development of residential areas preserving the territorial archetypes	111

Ukrainian school of archetypes	119
---	-----

Степан ГАЛИЧ

*слушатель магистратуры по специальности «Публичное администрирование»
Харьковского национального экономического университета
(Харьков, Украина)*

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫБОРЫ В УКРАИНЕ: АРХЕТИПНЫЙ ПОДХОД

Проанализированы основы становления демократии и политических технологий в мире; определены присущие украинскому обществу архетипы политической власти; исследованы закономерности влияния лидера на общество в контексте архетипов восприятия действительности; предложена архетипная модель ассимиляции и аккомодации политических сил к насущным потребностям социума.

Ключевые слова: *политические выборы, модель взаимодействия, политические технологии, архетипы управления, архетипы лидера.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. На фоне роста конкуренции между политическими силами как в Украине, так и в мире все более своевременным и актуальным становится вопрос политического лидерства и совершенствования политических технологий, используемых во время проведения предвыборных кампаний. Проблема политического лидерства в Украине разворачивается на территории повышенного негативизма народа к власти, сомнительной легитимности действующего правительства, электро-рального нигилизма.

Политические технологии все больше приобретают рыночные признаки, постепенно политические выборы превращаются в «товар», а предвыборные агитации – в удачные маркетинговые кампании. Политические лидеры с целью обеспечения широкого круга электората активно используют психологические приемы манипулирования сознанием не только отдельных граждан, но и социальных групп и населения в целом. В контексте этого влияния особенно актуальным становится использование архетипного подхода к проведению политических выборов как метода воздействия на коллективное и индивидуальное бессознательное.

Генезис политических выборов достигает седой древности, когда управление родом, фратрией или племенем основывалось на выборе отдельной категории «лучших» – самых мудрых, сильных или опытных членов первобытного социума. Первобытные формы народного волеизъявления заключались, в частности, в том, что на племенной сходке люди криком одобряли или отвергали какое-то предложение или решение совета старейшин. Народное собрание и выявления общей воли голосованием на них, ветирования (лат. «votum» – общее мнение, желание, воля) – это проявления прямой или непосредственной демократии [5, с. 226].

Истоки представительной демократии и зарождения понятия политических технологий следует искать в Древней Греции и Риме. Представительская демократия представляет собой такую форму правления, при которой большая часть со-

циума передает полномочия по управлению сообществом, решению значимых дел и отстаиванию интересов отдельным делегатам (репрезентантам). В качестве примера можно назвать совет четырехсот, введенный реформой Солона в Древней Греции, сенат в Древнем Риме. Здесь и появляются первые предвыборные протокампании. В Древнеримской республике гражданин, претендовавший на высокую государственную должность, надевал белые одежды (на латинском – *candida*) и ходил по улицам, призывая граждан отдать за него свои голоса [5, с. 214].

На территории современной Украины зарождение представительной демократии происходило в древнерусском государстве, где важнейшие вопросы жизнедеятельности общины решало вече – народное собрание. Однако с развитием княжеской власти вече постепенно начинает терять свою правомочность. Следующей важной вехой в развитии системы политических выборов является период существования Запорожской Сечи и Гетманщины, где избрание гетмана или атамана основывалось, прежде всего, на его личностных качествах и военной сноровке.

Политическая история человечества убедительно свидетельствует: доминирующей тенденцией развития цивилизации является постепенная демократизация общественной жизни, где ответственное становление политико-управленческой элиты служит стержневой основой в демократизации управления [1]. Общество за всю свою историю выделило три следующих основных средства воздействия на человека: принуждение, манипуляцию и сотрудничество. Как правило, в избирательных технологиях применяются все три фактора влияния. Однако в обществах с развитой демократией ведущую роль играет третий, гуманный, способ [7].

Актуальность темы исследования. На современном этапе в условиях функционирования многопартийной системы, законодательной нерегулируемости и постепенной утилитаризации политической власти избирательные технологии начинают использовать все больше манипулятивных технологий для обеспечения контроля за меняющимся психоэмоциональным состоянием общества во время выборов. В начале выборов в стране складывается напряженная ситуация, электорат интересуется программами кандидатов, получает некоторое представление об их имидже. Этот этап можно считать отправным для «набора веса» кандидатом, поскольку население еще политически активно, не наблюдается усталости и подавленности от постоянного «промывания мозгов». Согласно Закону Украины «О выборах депутатов...» кандидаты вправе использовать так называемые «белые технологии манипуляции» – дебаты, пресс-конференции, интервью и т.д., однако политический цинизм чиновников позволяет им в ходе своих кампаний использовать и «черные» – противоправные – технологии (подкуп, принуждение), и черный PR.

Одним из основных элементов предвыборной кампании является формирование имиджа кандидата. Как отмечал Ж. Сегел, «Избиратель голосует в первую очередь за личность, а отнюдь не за программу». В процессе выстраивания имиджа выделяют следующие этапы: узнавание кандидата населением, устранение препятствий между ним и осознанным восприятием, склонность «объекта» воздействия поддержать данного кандидата. Эти логические фазы нельзя игнорировать, ведь прямая агитация – переход от первого этапа сразу к третьему, что не может быть настолько эффективным, насколько это было бы возможно при последовательном

выстраивании имиджа [8]. Именно в контексте выстраивания имиджа в последнее время очень популярен архетипный подход.

Анализ последних исследований и публикаций. Тема архетипики и архетипов восприятия действительности была впервые рассмотрена учеными еще в XIX в. Наиболее глубокими были труды К. Юнга; он ввел понятие архетипов, всесторонне проанализировал их, пытался выявить природу и происхождение этого общественного явления, а также предложил свою классификацию. Его трактовка и сегодня считается базовой, и ее придерживается большинство ученых. Существуют и другие подходы к пониманию архетипов – их применяют для понимания литературы, истории и даже биологии. Что касается их применения в современной науке, то эта тематика получила широкое распространение в научных кругах, хотя каждый понимает сущность данного понятия по-своему, его пытаются цеплять к чему-либо, употреблять в своих работах для придания дополнительной загадочности и значимости. В работах отечественных ученых можно встретить различные трактовки понятий архетипа. Разнообразие их тематики, сфер применения и типологизаций поражает. Конечно, не следует останавливаться на едином подходе, но следует оперировать общепринятыми категориями и терминами. Распространенным в литературе является выделение различных видов архетипов, но каждый пытается их классифицировать по-своему, опираясь на сферу исследования.

В контексте выбранной тематики акцентируем внимание на архетипах государственного управления, архетипах политической сферы, психологических свойствах личности и народа в целом, а также на выделении архетипов выборов и избирательного процесса в частности.

Исследуя проблемы политического лидерства, государственного управления и власти, следует брать за основу труды таких выдающихся ученых, как М. Вебер [4], Ж. Блондель [3], Р. Такер [11] и Р. Линтон [14]. М. Вебер является «отцом» теории государственного управления, на его мыслях основывается современная политология. Такие ученые, как Р. Такер и Р. Линтон, исследовали в основном природу лидерства, определяли основные признаки политического лидера.

Также не следует забывать о психологическом строении архетипа, а именно то, что они основываются на эмоционально-чувственном восприятии и отражаются в подсознании. Юнг считал, что специфическим свойством архетипов является наличие неосознаваемой для человека мотивации. Это свидетельствует о том, что архетипы следует воспринимать и как категорию психологии. Ряд ученых-психологов обращался в своих трудах к архетипам, моделям их возникновения и способам их применения, также одним из направлений практики является применение архетипов в манипулятивных технологиях, которые получили свое распространение в последнее время.

И. Кант, Г. Гегель, А. Шопенгауэр и Ф. Ницше анализировали невидимый целостный регулятивный феномен. Он действует в социуме одновременно с видимыми и осознанными факторами, а также является основой возникновения более-менее осознанных и меняющихся презентаций коллективной психики – коллективными представлениями (по мнению Г. Зиммеля, М. Вебера, Э. Дюркгейма, Л. Леви-Брюля, С. Московичи), общественного мнения, электоральных ожиданий. Некоторые виды психических заболеваний людей и даже больших социальных групп свя-

заны именно с коллективными представлениями и неосуществленными ожиданиями (З. Фрейд). Последние, перемешиваясь с фактами реальной жизни людей, способны видоизменять как свою структуру, так и характеристики (Ж. Фламан, С. Московичи), что отличает их от таких относительно инертных феноменов, как социальная психика и институциональные матрицы [6].

Когда речь идет об исследовании общих для всех систем восприятия попытки управлять народом на уровне легитимной власти, следует обращаться к общим, единым каналам восприятия и методам воздействия на массы. К. Юнг акцентирует внимание на коллективном бессознательном восприятии, а именно на том, что существуют общие закономерности усвоения и интерпретации окружающей среды. Коллективное бессознательное Юнг постулирует как психическое наследие человечества, которое, подобно человеческому телу, развивалось путем эволюции и несет отпечаток многочисленных человеческих опытов. Все, что когда-либо было выражено индивидуальной психикой отдельного человека, становится составной частью его психической структуры, а на уровне коллективного – составляющей коллективного бессознательного [12]. По Юнгу, коллективное бессознательное является надындивидуальным и независимым от культуры. Коллективное бессознательное можно исследовать путем сравнения различных культур (мифы, представления о магии, сказки, легенды). За порогом сознания лежат вечные, неизменные образы, проявляющиеся в разные времена в разных культурах, универсальные образы, кроющиеся в глубинах ума [13].

Особенно частые, каждый раз повторяющиеся, психические модели образуют, по Юнгу, так называемые архетипы, которые структурируют коллективный и индивидуальный психический мир. Архетипы наделены своеобразной силой («Ну-минозум»), влияния которой в длительной перспективе не может избежать ни один индивид. В сознании человека архетипы предстают как типичные, часто повторяющиеся мотивы поведения, объективно проявляющиеся в виде культурных ритуалов. По Юнгу, доказательством существования архетипов является проявление в искусстве и снах разных мотивов сказок и мифов, которые повторяются независимо от эпохи, языка и культуры [12]. В разработке концепции архетипов Юнг опирался на труды французского антрополога Люсьена Леви-Брюля [15].

К. Юнг также обращает внимание на то, что прообраз, т.е. архетип – это своеобразный итог «огромного типичного опыта бесчисленного ряда предков: это, так сказать, психический остаток бесчисленных переживаний одного и того же типа» [12]. Для активации мифологического мышления людей предложенные имиджи политиков должны апеллировать к универсальным архаичным идеям, основам мифов, к коллективному бессознательному, то есть, по сути, каждые удачные образы и созданные вокруг них мифы имеют в своей основе определенный архетип.

Собственного содержания у архетипа нет, это – только априорная схема восприятия, особая форма, структура мозга: это своего рода сущности, которые не могут быть придуманы, а могут только проявляться, раскрываться, разоблачаться. В силу этого же символы также нельзя «придумать», они появляются, когда возникает возможность в той или иной ситуации проявиться какому-либо архетипу.

Архетипные модели восприятия проявляются и при анализе процесса воздействия на граждан, а особенно в период политических выборов в стране. Выяв-

ление общих схем воздействия на сознание народа посредством всеобщих, общих и исторически сложившихся моделей-архетипов дает возможность эффективно достигать поставленных перед кандидатами целей. Интересно, что идеологически голосует довольно малая часть общества. Большинство видит в политике не идеологию, а личность. Для подавляющего большинства украинских избирателей желание жить в лучших условиях становится основным мотивом голосования. Это свидетельствует о низком уровне политической идентификации и политической культуры в целом. К тому же низкий уровень политической культуры приводит к увеличению количества избирателей, голосующих, руководствуясь мнением родственников, знакомых, коллег, или совсем не идущих на избирательные участки. Последнее увеличивает шансы политическим манипуляторам и фальсификаторам [9]. Поэтому нужно, проанализировав общественные предпочтения, установить, какой тип личности востребован на данном этапе развития общества, и создавать этот тип.

Задачами исследования являются:

- определение архетипов политической власти, которые сложились в украинском обществе, и присущих им характеристик;
- установление закономерностей влияния лидера на общество в контексте архетипов восприятия действительности;
- анализ генезиса демократии и политических технологий в мире;
- построение архетипов модели ассимиляции и аккомодации политических сил к насущным потребностям социума.

Цель – теоретическое обоснование построения архетипов модели взаимодействия социума и политических сил в контексте анализа генезиса и влияния «коллективного бессознательного» на ход политических выборов.

Изложение основного материала. Обычно систему мероприятий, проводимых предвыборными штабами кандидатов в период избирательной кампании, называют предвыборной стратегией. Более уместно назвать эту систему тактикой, ведь стратегические цели у всех кандидатов похожи – получить и сохранить власть. Тактические же решения, проводимые в плоскости «кандидат – электорат», могут различаться очень сильно. В значительной степени это определяется и различием тактических задач, стоящих перед кандидатом и его имиджмейкерами. «Успешная стратегия предполагает видение различных аспектов взаимоотношений с избирателями, выбор средств ведения агитации в данном случае должен определяться, с одной стороны, максимально точными социологическими данными о состоянии общества во время выборов, а с другой – трезвой оценкой характеристик кандидата, который продвигается. Если эти характеристики входят в противоречие со стилем жизни и устремлениями избирателей, то никакие технологии не убедят их проголосовать» [8]. В общественном подсознании совокупность характеристик, присущих политическим (идеологическим, социальным и т.д.) лидерам, отображается в форме определенных архетипов, которые были систематизированы Карлом Юнгом в виде восьми основных групп (табл. 1).

С целью выявления острых проблем, существующих в современном обществе, в контексте проведенного исследования нами было решено провести социологический опрос, ведь именно этот метод достаточно широко используется теоретиками и практиками в области государственного управления. Выборка составила

2000 человек. Опрос проводился среди граждан Украины, которые согласно действующему законодательству имеют право голоса.

Таблица 1

Характеристики, присущие политическим лидерам (по К. Юнгу)

Базовые архетипы	Соционическое описание	Характерные черты
Правитель	экстравертная сенсорика	власть, принуждение, контроль, авторитет
Герой	экстравертная логика	профессионализм, компетентность, собственный пример, патриотизм
Мудрец	интровертная логика	образованность, ум, объективность
Искатель	интровертная интуиция	яркая индивидуальность, волатильность
Ребенок	экстравертная интуиция	неутилитарность, инновативность мышления, наивность
Любовник	экстравертная этика	привлекательная внешность, магнетизм, харизматичность, чувственность
Славный малый	интровертная этика	толерантность, харизматичность
Хранитель	интровертная сенсорика	консервативность, сдержанность

Достаточно весомая выборка, охват различных категорий граждан, которые находятся на разных социальных уровнях, возрастной ценз и территориальные отличия позволяют адекватно оценить уровень социально-экономического развития и политической стабильности в Украине. При такой выборке можно говорить об обоснованности исследования и адекватно оценивать полученные результаты. Также для оценки связей между мыслями респондентов и для проверки их сходства нами был использован метод оценки с помощью коэффициента конкордации.

Именно такой метод, как опрос, позволяет точно выявить основные противоречия в указанной проблематике и определить преобладающие направления построения архетипов модели взаимодействия социума и политических сил.

Что касается использованной нами при опросе анкеты, то она разрабатывалась в соответствии с основными стандартами, предложенными ведущими социологами, и наиболее общими типичными личными формами, используемыми при подобных исследованиях. Анкета содержит вступительную часть, в которой респондентов знакомят с целями и задачами исследования, порядок ответов на основную часть, содержащую непосредственно вопросы, и анкету, которая содержала вопросы о социальном положении респондента. Следует отметить, что для уменьшения вероятности ложных ответов в ходе опроса мы придерживались определенных требований [2]: так, отмечалось, что исследование имеет теоретическую ценность; анкетирование проводилось анонимно, респонденты имели возможность отказаться от участия в опросе.

В разработанной анкете (ее основной части) респондентам предлагалось путем использования рейтинговой шкалы оценить утверждения, которые были объединены в три блока.

В первый блок были включены показатели социальной защиты: социальные трансферты, уровень образования, состояние экологии, уровень занятости населения, состояние инфраструктуры, уровень здравоохранения, развитие коммуникаций, уровень защиты и развития культурно-духовных ценностей, свобода совести. Выбор данных показателей обусловлен тем, что их перечень используется для оценки уровня жизни населения по методике ООН.

Ко второму блоку были отнесены такие показатели экономического развития и гражданских свобод: уровень заработной платы, свобода ведения предпринимательской деятельности, эффективность системы налогообложения, наличие государственных заказов, доступность государственных дотаций предприятиям, уровень охраны труда, доступность жилья, эффективность антиинфляционной политики.

В третий блок вошли показатели политической стабильности: вступление Украины в международные организации и международная интеграция Украины, стабильность законодательства, внешняя и внутренняя безопасность. Выбор системы экономических и политических показателей не случаен – за основу были взяты показатели качества законодательства, эффективности работы правительства (по методологии Всемирного банка), индекса политических свобод (по методике Freedom House).

На основе разработанных анкет проведен опрос по всей территории Украины. Результаты сгруппированы в расчетные таблицы. Целью было установление оценок по каждому из показателей. Для их расчета использовали формулы среднего геометрического, так как в данном случае они точнее отражают результат.

Для оценки степени согласованности мнений респондентов использовали коэффициент конкордации [10]:

$$W = \frac{12}{k^2 (H^3 - H)} \sum_{i=1}^H \left[\sum_{j=1}^k A_{ij} - \frac{k(H+1)}{2} \right]^2,$$

где $\sum_{j=1}^k A_{ij}$ – сумма рангов, выставленных респондентами; k – число респондентов; H – количество объектов.

Коэффициент конкордации изменяется в диапазоне $0 \dots 1$. При $W = 0$ согласованность мнений респондентов отсутствует, при $W = 1$ – она абсолютна. В качестве эталонного уровня коэффициента, по которому можно считать согласованность достаточной, выбрано значение $W \geq 0,5$.

Мнения респондентов при оценке социальной защиты, экономической свободы и политической стабильности можно считать согласованными, поскольку рассчитанное $W = 0,51$. Расчет свидетельствует, что респонденты давали примерно однозначные оценки определенным нами факторам, поэтому можно использовать полученные нами результаты для построения теоретической модели взаимодействия общества и власти.

Следует акцентировать внимание также на том, что на данный момент отсутствует описание модели, которая могла бы точно аккомодировать политические

силы и их предвыборные кампании в соответствии с уровнем существующих потребностей общества. Политическим силам, которые приходят к власти, необходимо вместе с населением страны содействовать всестороннему развитию государства. Поэтому с данной целью необходимо строить не только экономически сильное, но и гражданско-правовое государство, где обеспечивались бы высокие стандарты социально-экономических и политических показателей. Именно поэтому политическая сила выступает как «надстройка», выражение национальных потребностей и социально-политических тенденций.

По результатам проведенного исследования была построена модель, которая отражает состояние развития страны с точки зрения ее населения (рис. 1). По полученным значениям можно отметить тенденцию того, что население довольно негативно оценивает состояние страны по социальной защите, политической стабильности и экономической свободе. Снижение качества жизни и разрушение институтов демократических свобод угрожают перерастанием кризисных явлений в так называемую «Зимбабвийскую болезнь».

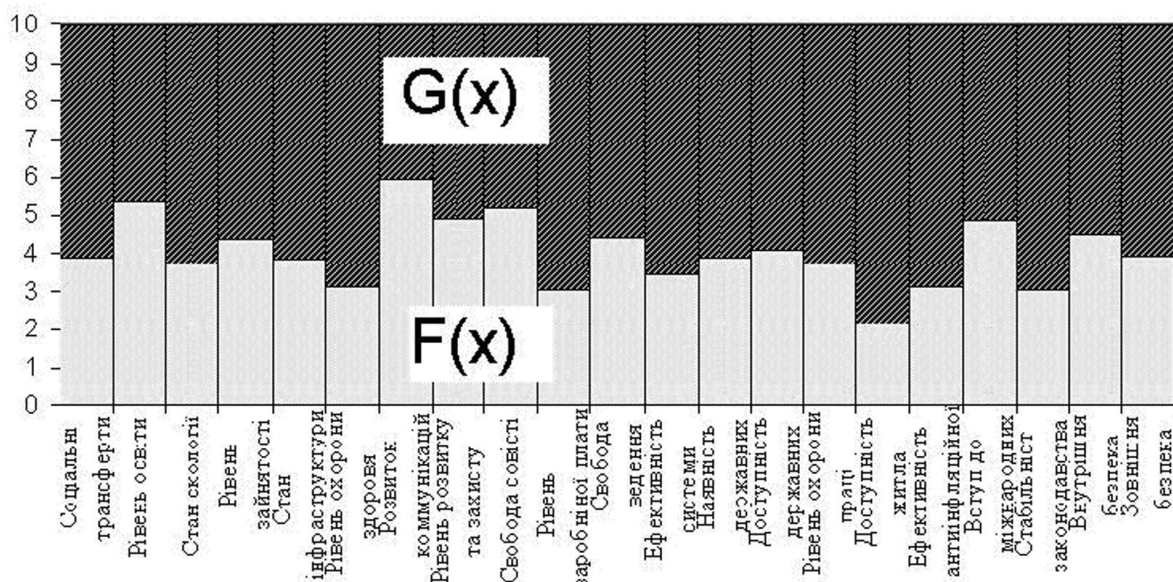


Рис. 1. Архетипная модель взаимодействия социума и политической силы

Политическая сила, приходя к власти, должна учитывать мнение населения как при разработке своей политической кампании, так и для своей деятельности во время государственного управления. Главной задачей власти, согласно данной модели, является обеспечение развития страны путем проведения таких реформ, которые могли бы обеспечить повышение рейтинга каждого из показателей до самого высокого уровня.

Представленная на рис. 1 модель является иллюстрацией идеального взаимодействия, но такая ситуация утопична. Между потребностями общества и тем, что пытаются сделать политические лидеры, прослеживаются значительные разрывы, которые отражались бы на модели незаполненным пространством, а в обществе – острыми проблемами. Таким образом, данная модель описана на основе всеобщей теории восприятия, в ее основе лежат архетипы восприятия обществом тенденций политической проблематики. Архетипы в данном случае проявляются во всеобщем влиянии политических лидеров на выбор граждан с использованием об-

щих особенностей «коллективного бессознательного», а также в выборе гражданами своих лидеров, руководствуясь сложившимися в их сознании архетипами, особенно в отношении личности лидера, его основных качеств.

Для успешного проведения предвыборной кампании политический лидер должен осознавать, какие именно общественные потребности имеются, на каком уровне находятся основные показатели социально-экономического и политического развития страны. Поэтому функция потребностей общества $F(x)$ и функция политической силы и политического лидера $G(x)$ (см. рис. 1) должны стремиться к максимуму. Эта формула отражает модель взаимодействия социума и политического лидерства. По нашему мнению, если потребности народа будут удовлетворены полностью, а именно, если будет достигнуто соответствие программ лидера его действиями, то сможем наблюдать идеальную ситуацию взаимодействия и полного удовлетворения народа и лидера. Функция стремится к максимуму, так как вероятно увеличение возможностей лидера, что положительно повлияет на ситуацию.

Предложенная модель отражает идеальное взаимодействие двух сфер – народа и лидеров. Понятно, что в реальной жизни лидеры не всегда учитывают потребности общества, просто пытаются занять соответствующую должность любыми методами.

Следует также отметить, что вторая часть опроса была направлена на установление черт, которые должны быть присущи современному лидеру для обеспечения всех потребностей и решения имеющихся проблем. В ходе опроса были определены основные черты, которые, по мнению большинства респондентов, должны быть присущи лидеру. На данном этапе развития социума существует насущная необходимость в лидере Герое. По нашему мнению, среди современных политических лидеров есть личности, соответствующие данному архетипу, и удачное имиджирование может помочь им в реализации властных полномочий.

Таким образом, для упрощения процесса подбора «правильных» характеристик кандидата, которые будут соответствовать потребностям общества в период выборов, надо построить модель, которая позволяет определить потребности общества. Особенностью данного метода является исследование эффективности политической силы на основе социологических исследований состояния экономической свободы, социальной защиты и политической стабильности различных категорий населения, так как именно эти факторы, учитывая современное положение, оказывают наибольшее влияние на выбор электората.

Выводы и рекомендации. Используя данную модель, а также учитывая результаты проведенного социологического исследования, мы определили уровень потребностей общества и узнали, чем должен руководствоваться будущий политический лидер, продумывая и формируя свою программу. Рассматривая критерии, описанные в предложенной модели, можно оценить конкурентоспособность различных политических сил посредством сравнения сумм в заполненных клетках в предложенных диаграммах; иными словами, можно рассчитать вероятность их победы. Если диаграмма соответствия возможностей и действий политических сил стремиться к диаграмме потребностей общества, создавая при этом минимальное количество свободных клеток, то уровень удовлетворенности общества всегда будет положительным. А уровень удовлетворенности общества – это величина прямо пропорциональна лояльности электората кандидату. Также следует отметить, что

манипулирование уровнем счастья и удовольствия общества является архетипным инструментом управления, так как счастье, равно как и недовольство, всегда остаются в подсознании потенциального избирателя, и часто эмоция, ассоциируясь с тем или иным кандидатом, является решающим аргументом при выборе. Ввиду этого разработанную модель целесообразно использовать при составлении предвыборных программ политических сил и лидеров, поскольку исследования в контексте данной модели дают характеристику потребностей общества, которые нужно учитывать в первую очередь. Также практическим применением ее может выступать графическое отображение соответствия потребностей общества и действий политических сил при проведении социологических исследований.

Список литературы

1. Політична відповідальність державно-управлінської еліти як чинник підвищення ефективності державного управління / Е. А. Афонін, О. Л. Валевський, В. В. Голубь та ін. – К. : Вид-во НАДУ, 2011. – 44 с.
2. Баклицький І. О. Психологія праці : підручник / І. О. Баклицький. – К. : Знання, 2008. – 655 с.
3. Блондель Ж. Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу / Ж. Блондель. – М. : Российская академия управления, 1992. – 135 с.
4. Вебер М. Политика как призвание и профессия / М. Вебер ; пер. с нем. ; [сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова]. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
5. Вегеша М. М. Політологія : підручник / за ред. М. М. Вегеша. – К. : Знання, 2008. – 384 с.
6. Донченко О. Базові матриці в управлінні / О. Донченко // Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. пр. асоціації докторів наук з державного управління : спец. випуск. – Х., 2011. – 354 с.
7. Кирилюк Ф. М. Політологія : навчально-методичний комплекс / за ред. Ф. М. Кирилюка. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 704 с.
8. Майстренко О. Тактика проведення виборчої кампанії і формування іміджу кандидата. [Електронний ресурс] / О. Майстренко, С. Іщенко. – Режим доступу : <http://polpravozhit.ho.ua/?p=560>.
9. Меркотан К. Маніпулятивний присмак виборчих процесів / К. Меркотан ; Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2010. – № 6 (50). – 391 с.
10. Мхитарян В. С. Эконометрика / В. С. Мхитарян, М. Ю. Архипова, В. П. Сиротин. – М. : ИЦ «ЕАОИ», 2008. – 144 с.
11. Такер Р. Политическая культура и лидерство в советской России: от Ленина до Горбачева / Р. Такер // США: Экономика, политика, идеология. – 1990. – № 1. – С. 78–93.
12. Юнг К. Г. Об отношении аналитической психологии к поэтико-художественному творчеству / К. Г. Юнг // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX–XX вв. : трактаты, статьи, эссе. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С. 214–231.
13. Hillmann, Karl-Heinz: Wörterbuch der Soziologie. Kröner. – 2007. – 1017 p.
14. Linton R. The Cultural Background of Personality / R. Linton. – N.-Y., 1981. – 157 p.