

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ПОКРОВСЬКА КАТЕРИНА ІВАНІВНА**

УДК 321.02:659.4:316.42 (043.3)

**ОСОБЛИВОСТІ PR-ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ  
ПОЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

23.00.02 – політичні інститути та процеси

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата політичних наук

Львів – 2021

Дисертацією є рукопис

Робота виконана на кафедрі суспільно-політичних наук, глобалістики та соціальних комунікацій Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (м. Київ).

**Науковий керівник:** доктор політичних наук, професор  
**Бебик Валерій Михайлович**,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка,  
Навчально-науковий інститут публічного  
управління та державної служби,  
професор кафедри парламентаризму

**Офіційні опоненти:** доктор політичних наук, професор  
**ДМИТРЕНКО МИКОЛА АНДРІЙОВИЧ**,  
Академія зовнішньої розвідки України,  
головний науковий співробітник

кандидат політичних наук, доцент  
**ІЛЬНИЦЬКА УЛЯНА ВІКТОРІВНА**,  
Національний університет  
«Львівська політехніка»  
доцент кафедри політології  
та міжнародних відносин

Захист відбудеться 16 вересня 2021 року о 11:00 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 35.051.17 Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Університетська, 1, ауд. 301.

Із дисертацією можна ознайомитись в бібліотеці Львівського національного університету ім. І. Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Драгоманова, 5.

Автореферат розіслано «\_\_\_» серпня 2021 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради



В. В. Бунь

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження** обумовлюється поширенням інформаційних технологій, що перетворилися на засоби трансформації політичної діяльності через вплив на політичні структури, політичну свідомість та політичні інститути й процеси. Відповідні трансформації відбулися у суспільній практиці політичного управління, виробленні та реалізації політичних стратегій і тактик суб'єктів політики (політичних інститутів, організацій та лідерів), узгодженні політичних інтересів, врегулюванні політичних конфліктів та проведенні виборчих кампаній. Як наслідок істотно змінилися суб'єктно-об'єктні відносини в політичній сфері, що сприяло відповідним змінам у сфері прикладної політики.

Усе зазначене разом стимулює необхідність теоретичного узагальнення змін у політичній практиці шляхом аналізу розробок і напрацювань прикладних політичних технологій, з'ясування їх місця і ролі в сучасному політичному процесі, визначення особливостей їх застосування в розв'язанні проблем політичного життя, забезпеченні конкурентних переваг на політичному ринку, умов досягнення політичного результату.

Своєю чергою, постала потреба у формулюванні критеріїв об'єктивного наукового оцінювання комунікативної ефективності політичних технологій, зокрема, у виборчому процесі, що базується на кількох чинниках:

1. Радикальних змінах у сфері політичних комунікацій, що виявились як у трансформації їх форм, так й інтенсивності та масштабах їх застосування. У зв'язку з тим, що соціальні мережі посіли одне з важливих місць серед сучасних форм комунікації, розширились і відповідні можливості політичних технологій, оскільки змінилися сутність і структура відносин з усіма акторами, які беруть участь у політичному процесі.

2. Необхідності визначенням критеріїв для аналізу структур політичних комунікацій: акторів, каналів та технічних способів інформування і здійснення зворотного зв'язку.

3. Недостатньому висвітленні практики професійної діяльності політологів щодо акумуляції, опрацювання і узагальнення масиву інформації про суб'єктів політики, політичні процеси, інституції, структури та організації.

Важливим стимулом дослідження теми «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» є необхідність звернення до методологічних аспектів дослідження, оскільки деякі компоненти прикладної політології належать до категорій, які поки що не дістали відповідного відображення в теоретичних напрацюваннях вітчизняної політичної науки, що засвідчується певним переважанням емпіричного опису політичних інститутів і процесів в контексті PR-забезпечення практичної політичної діяльності, визначення ролі та місця останнього у вказаних політичних інститутах і процесах.

### **Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.**

Дисертаційне дослідження є складовою комплексної наукової дослідної програми кафедри суспільно-політичних наук, глобалістики та соціальних комунікацій Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» «Соціально-політичні та інформаційно-комунікаційні проблеми становлення глобального суспільства» № 0110U006273.

**Мета дисертаційного дослідження** – з'ясувати особливості «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації», зокрема, під час використання PR-технологій в процесі здійснення виборчих кампаній, на прикладах країн, що належать до різних регіонів світу, що глобалізується, та різних політичних культур: Європейського Союзу (Федеративна Республіка Німеччина, Французька Республіка та Італійська Республіка), Латинської Америки (Аргентинська Республіка та Федеративна Республіка Бразилія), Північної Америки (США) та Центральної Європи (Україна). Вибір країн для порівняльного аналізу був зроблений з урахуванням вагомої ролі Німеччини, Франції та Італії в діяльності ЄС, Бразилії і Аргентини в Південній Америці, США – в глобальному світі, зокрема, в Північній Америці, України, яка геополітично знаходиться на перетині Європи і Азії.

Цій меті підпорядковані такі дослідницькі завдання:

- проаналізувати сутність політичної діяльності в контексті дослідження проблем використання політичних PR-технологій у виборчому процесі;
- висвітлити сучасне тлумачення змістовного наповнення поняття «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації»;
- розкрити структуру та функції «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у виборчому процесі;
- здійснити компаративне дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у виборчому процесі на прикладі країн Європейського Союзу, Латинської Америки, Північної Америки та Центральної Європи;
- з'ясувати особливості «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» під час виборчого процесу в країнах Європейського Союзу та Латинської Америки;
- дослідити якісні складові змістовної специфіки «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у виборчому процесі в окремих регіонах світу, що глобалізується, зокрема, на основі інформаційно-політичних технологій, на прикладі Північної Америки (США) та Центральної Європи (України).

*Об'єкт дослідження* – PR-забезпечення політичної діяльності.

*Предмет дослідження* – особливості PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації (на прикладі країн, приналежних до різних політичних культур та регіонів).

**Методологічна основа дисертаційного дослідження** ґрунтується на положеннях класичних та сучасних політичних теорій та підходів через призму використання філософських, загально- та конкретнонаукових методів пізнання, які напрацьовані в соціально-гуманітарних науках і уможлиблюють всебічне розкриття сутності досліджуваної проблеми. До визначальних принципів дослідження належать науковість, об'єктивність, послідовність, комплексність, цілісність, діалектика, всебічність, плюралізм, конкретність, системність, історизм. Окрім того, у дослідженні використано емпіричні методи: моніторинг реакцій засобів масової інформації для аналізу перебігу подій під час виборів у різних країнах світу; вивчення й узагальнення продуктів діяльності політичних технологів (опитувань, інтерв'ю, анкетувань, тестувань, рейтингів та ін.).

Дисертаційна праця вибудовувалась на підставах міждисциплінарності. З метою комплексного розуміння «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» було використано загальнонаукові підходи та парадигми як сукупність філософських загальнотеоретичних засад науки, системи понять і уявлень, що властиві сучасному розвитку науки, культури, цивілізації.

За допомогою історичного методу, зокрема, було досліджено місце та роль «PR-забезпечення політичної діяльності» у політичному процесі глобалізації. Із застосуванням структурно-функціонального підходу з'ясовано, що важливою складовою «PR-забезпечення політичної діяльності» в сучасних умовах є виборчий інжиніринг.

Компаративне дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» базувалось на порівняльному методі як сукупності підходів, спрямованих на виявлення загальних та специфічних закономірностей формування, розвитку й функціонування «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у різних країнах на підставах схожості та спорідненості. За допомогою застосованих методів комплексно розглянуто проблеми «PR-забезпечення політичної діяльності» у виборчому процесі в умовах глобалізації з урахуванням загальних трендів та політичної культури кожної окремої країни.

**Наукова новизна одержаних результатів** зумовлена сукупністю дослідницьких завдань, підходами та методами їхнього розв'язання й конкретизована у таких положеннях:

*уперше:*

– досліджено теоретичні та праксеологічні засади обґрунтування поняття «PR-забезпечення політичної діяльності» як супроводу поняття «політичні технології», що дозволило визначити структурно-інституційне підґрунтя забезпечення іміджевої стратегії зовнішньо- і внутрішньополітичної діяльності в контексті підготовки, прийняття і реалізації політичних рішень суб'єктами політики;

– визначено сутність та політико-комунікаційну специфіку прикладного феномену «PR-забезпечення у політичній діяльності», що дало можливість розглянути особливості здійснення політичних комунікацій між політичною елітою і суспільством в сучасних умовах та виокремити характерні риси політико-технологічних моделей впровадження бажаних для правлячої політичної еліти стандартів політичної поведінки з метою реалізації визначеної мети суб'єктів політики;

– виокремлено та проаналізовано особливості феномену «PR-забезпечення політичної діяльності», які виявили, що процеси інституалізації цього феномену лежать в контексті реалізації виборчого інжинірингу та функціонування патронатних служб суб'єктів політики;

– окреслено принципи та теоретико-методологічні підходи до визначення поняття «PR-забезпечення політичної діяльності» в умовах глобалізації та формування сучасного інформаційного суспільства, що дозволило визначити прикладну специфіку «PR-забезпечення політичної діяльності», як з точки зору особливостей сприйняття суб'єктів виборчого процесу всередині країні, так і з точки зору загальносвітових зовнішньополітичних трендів використання сучасних PR-технологій;

– доведено ефективність використання порівняльного аналізу «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» країн з різним типом політичної культури та геополітичної приналежності: Європейського Союзу (Федеративна Республіка Німеччина, Французька Республіка та Італійська Республіка), Латинської Америки (Аргентинська Республіка та Федеративна Республіка Бразилія), Північної Америки (США) та Центральної Європи (Україна), що дав можливість виявити засадничі необхідності використання окремих різновидів PR-технологій у виборчому процесі різних країн, котрі базуються на характерних розбіжностях політичної культури, політичної свідомості та політичної діяльності, притаманних вказаним країнам.

*уточнено:*

– політико-комунікаційну специфіку політичного PR-у як виду суспільно-політичних технологій, що дозволило розглядати застосування вказаних технологій у політичному процесі в контексті втілення інтересів суб'єктів політики, з урахуванням особливостей та характеристик політичної культури, політичної свідомості та тенденцій формування національної громадської думки в окремих країнах світу, що глобалізується;

– особливості впливу процесів глобалізації на політичну діяльність, котрі розглядаються як культурний феномен, що пов'язує політичну комунікацію, політичну свідомість і політичну культуру, які детермінують зміст і характер політичної діяльності в сучасних умовах;

– специфіку виборчого інжинірингу та діяльності патронатних служб суб'єктів політики як запоруки ефективного та успішного виборчого процесу;

– особливості формування особистісних аспектів іміджів суб'єктів політики в умовах глобалізації, що перетворює їх на потужних промоутерів позитивного «державного брендингу» у глобальній політичній свідомості.

*набуло подальшого розвитку:*

– дослідження Public Relations з урахуванням різних підходів до визначення сутності цього поняття залежно від прикладної сфери його використання;

– аналізування глобалізації як складного і суперечливого суспільно-політичного явища, що формується, зокрема, відповідно до провідних тенденцій розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;

– розуміння прикладних політико-комунікаційних особливостей здійснення політичного PR-у залежно від типу політичної модернізації, характерного для країн з різними особливостями політичної культури, політичної свідомості та політичної діяльності.

**Практичне значення одержаних результатів** визначається їх актуальністю, новизною і висновками – як загальнотеоретичними, так і емпірично-прикладними. Викладені в дисертації положення уможливають краще усвідомлення ролі PR-забезпечення політичної діяльності в політичному процесі країн з різними соціально-економічними, соціально-політичними та соціально-психологічними умовами, різними виборчими системами, рівнями політичної культури та ментальними характеристиками електорату. Можливе застосування отриманих результатів як теоретичних та емпіричних засад для подальшого використання у сфері прикладного PR-у. Основні положення та висновки роботи можуть бути використані у навчальному процесі при викладанні та навчально-методичному забезпеченні політологічних дисциплін, у практичній діяльності суб'єктів політики (індивідів, політичних партій, органів влади).

**Апробація результатів дисертаційного дослідження** доповідались та обговорювались на наукових конференціях: I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Проблеми та реалії інформаційного суспільства в умовах глобалізації» (Кіровоград (Кропивницький), 2008); II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Правова система суспільства: сучасні проблеми та перспективи розвитку» (Кіровоград (Кропивницький), 2009); Міжнародній конференції «Міжнародна інформація: історія, теорія, практика» (Київський національний університет імені Тараса Шевченка «Інститут міжнародних відносин», 2009); X Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми навчання та виховання людей в інтегрованому освітньому середовищі» (Київ, 2010); V Міжнародна студентська наукова конференція «Публічне управління в умовах глобалізації» (Київ, 2018); VII Міжнародна студентська наукова конференція «Менеджмент і технології публічного управління» (Київ, 2019); VIII Міжнародна наукова конференція «Сучасні проблеми публічного управління» (Київ, 2020).

**Публікації.** За темою дисертації опубліковано 13 одноосібних наукових праць, зокрема: 6 статей, з яких 3 – у фахових виданнях із політичних наук України, 3 – в періодичних іноземних виданнях, 7 – тез доповідей на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях.

**Структура та обсяг дисертаційного дослідження.** Наукова робота складається зі вступу, трьох розділів (шість підрозділів), висновків, списку використаних джерел (342 найменувань). Загальний обсяг дисертації складає 223 сторінки, з них 171 – основного тексту.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

У **«Вступі»** обґрунтовується актуальність теми дослідження, зазначається її зв'язок з науковими програмами, визначаються об'єкт, предмет, мета і завдання дослідження, розкривається наукова новизна і практичне значення дисертаційної роботи, окреслюються рівень апробації її результатів та структура.

У **першому розділі ««PR-забезпечення політичної діяльності» як складова інформаційно-політичних технологій»** визначені теоретико-методологічні підходи до вивчення феномену «PR-забезпечення політичної діяльності», з'ясовано його місце у складі PR-технологій, обґрунтовано уявлення про структурні складові цього поняття та їх функціональне призначення.

У підрозділі 1.1. «PR-забезпечення політичної діяльності» як об'єкт політологічного аналізу (історіографія проблеми)» розглянуто понятійне наповнення словосполучення «PR-забезпечення політичної діяльності» залежно від базового визначення PR.

Відзначено, що PR як інноваційну комунікативну технологію було висвітлено у працях М. Бочарова, Ф. Буарі, С. Квіта, В. Різуна. Дослідження PR як сфери управління й організації громадської думки здійснювали – У. Агі, В. Березенко, С. Блек, Г. Кемерон, Ф. Олт, Д. Уілкокс. У межах напрацювань І. Альошиної, М. Анохіна, О. Бабкіної, А. Башука, В. Бебика, М. Головатого, А. Зіменкова, Л. Кочубей, Є. Куценка, Є. Малкіна, А. Пойченка, І. Поліщука, Г. Почепцова, О. Пріпутнікова – PR позиціонувався як сукупність різновидів політичних технологій, що охоплюють такі стадії: розроблення проєктів (альтернатив) політичних рішень; прийняття політичних рішень; реалізація політичних рішень; формування політичної влади (державних структур) – виборчі та адміністративні (тоталітарні, авторитарні) технології; формування структур громадянського суспільства (партій, рухів, об'єднань); формування суспільної свідомості; соціалізація особистості; узгодження суспільних інтересів; вирішення конфліктів. На підставі аналізу робіт – Г. Ашина,



С. Беглова, І. Бикова, Ю. Бондаря, К. Букши, Т. Грінберга, А. Гуцала, Є. Доценка, В. Жулай, М. Зацерківної, В. Комаровського, Д. Крукеберга, С. Кара-Мурзи, Д. Ньюсома, Т. Пояркової, В. Рязанцева, Д. Терка, М. Дж. Хермана, А. Цуладзе, Р. Чалдіні – були обґрунтовані й надані визначення феномену «PR-забезпечення політичної діяльності» як: 1) практики творення політичного іміджу суб'єктам внутрішньополітичного процесу засобами й структурами виборчого інжинірингу; 2) теоретико-методологічних засад брендингу суб'єктів світового політичного процесу (окремої країни, міжнародної організації/структури, групи, особистості тощо).

На основі вказаного вище варто відзначити, що «PR-забезпечення політичної діяльності» залежить від врахування впливу взаємодії структурних елементів базової політичної культури, зокрема: політичної свідомості, що охоплює як ідеологічні компоненти (політичні знання, цінності, переконання), так і психологічні (політичні почуття, емоції, переживання, орієнтації та настрої); політичної поведінки (політичні установи, типи, стилі, зразки суспільно-політичної діяльності); політичного досвіду (політичні традиції, звичаї, політичну пам'ять суспільства та ін.).

У підрозділі 1.2. «Особливості політичної діяльності в епоху глобалізації: теоретико-методологічні підходи та виміри» на підставі узагальнення напрацювань Д. Гавра, Б. Грушина, Б. Докторова, А. Зверінцева, В. Курейка, І. Недяка, М. Павловського, О. Петкової, Р. Пліса, Э. Райса, І. Сіняєва, В. Терещука, Дж. Траута, В. Франца, Ю. Шаповала, Ю. Щегельської, А. Штельмашенко, Т. Шульги, І. Яковлева було з'ясовано, що PR-технології в умовах глобалізації повинні враховувати суттєві зрушення у політичній діяльності через: 1) впливовість нових інформаційних технологій, що перетворюють символи, ідеї й образи на форми символічного капіталу; 2) появу наднаціональних ЗМІ, які починають формувати уявлення про мету існування, напрями руху; 3) формування символічного капіталу як нової підстави для панування; 4) занепаду ролі держави; 5) збільшення впливовості наднаціональних структур; 6) появи мультикультурних чинників. Відтак, «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» потрібно розглядати крізь баланс між політико-культурними тенденціями уніфікації та диверсифікації.

В епоху глобалізації повинна бути зрозумілою (поза межами базової політичної культури) технологія «створення міжособистісного контрасту кандидатів» як порівняння кандидатів, їх особистісних характеристик, соціально-психологічних та професійних статусів, віку, зовнішності, статі, освіти та ін. Так само технологія «створення ідеологічного контрасту кандидатів» повинна більшою мірою апелювати до загальних світових трендів, враховуючи, безумовно, історичні традиції конкретної країни.

Варто також відзначити, що «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» базується на «парадигмі взаємовідносин», у межах якої, по-перше, суб'єкти «виборчого інжинірингу» у маркетинговій діяльності виходять з прагнення задоволення потреб споживачів-виборців; по-друге, глобальний електорат є джерелом довгострокових взаємовигідних відносин.

У другому розділі «**Національні особливості «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в провідних країнах Європи та Латинської Америки**» обґрунтовано компаративні підстави для здійснення порівняльного аналізу «PR-забезпечення у політичній діяльності» за критеріями: 1) умов підготовки, прийняття і реалізації політичних рішень, здійснення намірів, досягнення відповідного суспільно або особистісно важливого результату суб'єктами виборчого процесу; 2) комунікативно-контактного простору взаємодії суб'єктів і об'єктів політичного процесу періоду глобалізації з урахуванням загальних трендів розвитку та культурно-політичного контексту; 3) супроводу професійної діяльності політичного діяча або політичного лідера, спрямованого на поєднання політичної доцільності та вимог, що диктуються надшвидкістю поширення інформації.

Дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» полягає у вивченні та аналізі загальноновживаних трендів, характерних та притаманних певній політичній структурі і певному державному устрою, у поєднанні з особливостями соціально-культурними особливостями в тій або іншій країні.

У підрозділі 2.1. «Порівняльний аналіз особливостей «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в країнах Європейського Союзу» – на основі схожості типу модернізації, спільності концептів політичної культури та форми правління було проведено компаративне дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в країнах Європейського Союзу (Федеративній Республіці Німеччина, Французькій Республіці та Італійській Республіці). Визначено, що ці країни здійснили перехід до раціональних соціальних структур через тривалий внутрішній процес, а політична культура ґрунтується на раціональній організації та функціональній диференціації інститутів, що долають відносини особистої залежності та бар'єри на шляху групової мобільності. На підставі факту перетворення іміджу національного діяча на державний бренд – було констатовано, що найбільш ефективно «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» було використано під час творення політичного іміджу Е.Макрона, що відповідав викликам як глобалізаційних трендів і був суголосним як ціннісному ядру французької політичної культури, так і стереотипному сприйняттю образу Франції у глобальній масовій культурі. З'ясовано, наприклад, що імідж С. Берлусконі є продуктом культурної капіталізації брендингу Італії, поширеним

підконтрольними ЗМІ назовні. Крізь призму політико-культурних комплексів німців (як нації у цілому, так і окремих «комплексів меншовартості східних німців») було проаналізовано імідж «матері нації» А. Меркель. На думку О. Крилова, «феномен Меркель» базується на відсутності інтересу німецького суспільства до власне іміджу. Так, на відміну від англосаксонських країн у Німеччині частіше обговорюють політичні позиції або конкретні дії, набагато менше уваги приділяють образу політика. Згідно з опитуваннями більшість німців вважала А. Меркель компетентним і сильним політиком. Аргументована штучність цього іміджу невідповідністю бренду Німеччини як системотворчої країни ЄС під час глобальних викликів («криза мігрантів»).

Підрозділ 2.2. «Компаративні аспекти особливостей «PR-забезпечення політичної діяльності» в країнах Латинської Америки» – містить порівняння особливостей Аргентини та Бразилії на підставі спільних рис «вторинної модернізації», за якою країни засвоюють досвід передових держав через соціокультурні контакти з центрами індустріальної та постіндустріальної культури й зберігають персоналізовані відносини залежності та бар'єри соціальної мобільності. Акцентовано увагу на «спадкоємності влади» як засобу PR-забезпечення політичної діяльності» у країнах вторинної модернізації. Визнано різновиди «спадковості влади» у різних країнах. Зокрема, розглянуто види політичного успадкування як гарантування збереження певного курсу на підставі: 1) Д. Руссефф – особистісних якостей; 2) К. Кіршнер – уособлення продовження політичної кар'єри чоловіка-політика.

**У третьому розділі «Компаративні аспекти «PR-забезпечення політичної діяльності» у США та Україні»** проаналізовано розбіжності супроводу застосування PR-технологій країнами, що належать до різних сегментів сучасної глобальної «світ-системи» (за І. Валлерстайном) і мають різний досвід політичної модернізації, та розрізняються за політичною культурою і формою правління.

У підрозділі 3.1. «Інноваційність «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах» глобалізації у США» – на підставі аналізу й опрацювання наукової і прикладної літератури було з'ясовано, що висока ефективність «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у США ґрунтується на відповідності обраних інструментів, засобів та методів ролі США у сучасній глобальній «світ-системі» (за І.Валлерстайном), що виступає джерелом культурної глобальної цілісності (totality) у вигляді способу виробництва (mode of production). З'ясовано, що якісною рисою «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у рамках США є всебічне використання інноваційних технологічних засобів поширення інформації з одночасним науковим узагальненням цього досвіду. Проаналізовано кількісні параметри змін

використання соціальних мереж під час різних президентських кампаній від 2008 до 2016 рр. На підставі дослідження виборчих президентських перегонів визнано, що до «PR-забезпечення політичної діяльності» у США можна віднести практику трансформування іміджу політичного діяча одночасно з формуванням громадської думки. Обґрунтовано, що приналежність США до країн, що формують глобальну масову культуру – уможливорює використання засобів державного брендингу як структур «PR-забезпечення політичної діяльності» окремого політика.

У підрозділі 3.2. «Імітаційність «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в Україні» – проаналізовано українські реалії використання PR-технологій. З'ясовано, що ключовим для «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в Україні є характер «вторинної модернізації», де місцеві еліти запозичують технологічні напрацювання у сфері PR розвинених країн для досягнення власної легітимації. Розглянуто український «виборчий інжиніринг» як комплекс технологій, спрямований на визначення переможців виборчих перегонів, що отримують під контроль бюджетну сферу й ключові галузі країні до наступних виборів. Акцентовано увагу на відірваності широких соціальних верств від політичної сфери, що обумовлює повторення практики Майданів як виключних засобів трансляції соціальних інтересів у політичну сферу.

Доведено, що специфічність українського варіанту «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» втілюється у повній підконтрольності ЗМІ олігархічному правлячому класу. Наголошено, що загроза вуличних протестів вимагає від «виборчого інжинірингу» врахування настроїв, очікувань і досвіду виживання українців, який при певних умовах (фальшування, надмірність застосування адміністративного ресурсу, фізичного примусу та ін.) – може перетворитися на чинник нестабільності. У розділі вказано, що відображенням цих протилежних векторів є український сегмент соціальних мереж (twitter, facebook та ін.), які демонструють практику створення фальшивих облікових записів (акаунтів), маніпулюючи ілюзорною кількістю прибічників того або іншого кандидата. Приділено увагу специфічному використанню «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації», а саме: спробам змінити сутність «теледебатів» з формату обговорення суспільно-значущих тем на «шоу можливостей». Розглянуто «виборчий інжиніринг» президентських перегонів 2019 як спробу використання серіалу «Слуга народу»; гумористичних телепрограм «Ліги сміху», «живих концертів» проекту «95 квартал», відео кліпів, супутніх передач та фільмів за участю артистів цього шоу – як прикладне «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації».

## ВИСНОВКИ

1. Аналіз сучасних наукових джерел свідчить, що політична діяльність розглядається як діяльність у політичній сфері, що «спрямована на багатовимірне, матричне, інтегральне узгодження політичних інтересів “різноагових” суб’єктів політичної діяльності – від індивіда до великих суспільних груп».

На основі такого розуміння політичної діяльності її сутність і зміст розглядаються не тільки як боротьба за владу, але і як регулювання політичних відносин у суспільстві, узгодження інтересів громадян, їхніх спільнот і влади, досягнення в суспільстві громадянського миру та взаєморозуміння.

На підставі аналізу джерел з PR-проблематики з’ясовано, що в сучасній політичній науці переважають наступні політико-комунікаційні підходи до визначення сутності поняття «Public Relations» як до управлінської PR-діяльності інституцій, структур або організацій (У. Агі, В. Березенко, С. Блек, Г. Кемерон, Ф. Олт, Д. Уілкок); «суспільної взаємодії» (синонімічні еквіваленти – «суспільні комунікації» або «інтегровані комунікації») (М. Бочаров, Ф. Буарі, С. Квіт, В. Різун); політико-комунікаційної технології, що поєднує сукупність методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення певного політичного результату (І. Альошина, М. Анохін, О. Бабкіна, А. Башук, В. Бебик, М. Головатий, А. Зіменков, Л. Кочубей, Є. Куценко, Є. Малкін, А. Пойченко, І. Поліщук, Г. Почепцов, О. Пріпутніков, У. Сучков).

В цьому контексті проблематика використання політичних PR-технологій базується на їх комунікаційних здатностях впливати на масову свідомість та бути чинником структурування дійсності через двобічний зв’язок політичного та соціального світів, оскільки сфера Public Relations загалом призначена для налагодження контактів і взаєморозуміння між суб’єктами і об’єктами політики.

2. Сутнісне наповнення поняття «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» – це, по-перше, формування політичного іміджу суб’єктів внутрішньополітичного процесу, де «імідж» є, по суті, опосередкованою політико-комунікаційною ланкою між політиком та його аудиторією, що детермінує інтереси як аудиторії, так і політика, котрий намагається інтегрувати ці інтереси.

По-друге, це «державний брендинг» (формування репутації країни ззовні) та інформаційно-роз’яснювальна діяльність держави щодо визначення національних пріоритетів та відмінностей, шляхів координації політичної волі держав, що виявляються в поєднанні державних інтересів із зовнішньополітичними глобальними трендами розвитку.

На підставі аналізу праць Г. Ашина, С. Беглова, І. Бикова, Ю. Бондаря, К. Букши, Т. Грінберга, А. Гуцала, Є. Доценка, В. Жулай, М. Зацерківної,

С. Кара-Мурзи, В. Комаровського, Д. Крукеберга, Д. Ньюсома, Т. Пояркової, В. Рязанцева, Д. Терка, Р. Чалдіні, М. Дж. Хермана, А. Цуладзе з'ясовано, що словосполучення «PR-забезпечення політичної діяльності» є супроводом поняття «Public Relations» і визначає структурно-інституційні засади підготовки, прийняття та реалізації політичних рішень, здійснення намірів, досягнення відповідного суспільно чи особистісно важливого результату.

«PR-забезпечення політичної діяльності» – це поєднання комунікацій між політичною елітою та суспільством і механізмів, які впливають на ефективність комунікацій і сприйняття заданої моделі поведінки різними соціальними верствами. Основним змістом «PR-забезпечення політичної діяльності» є вплив суб'єктів політичного процесу на громадську думку з метою формування бажаної поведінки різних соціальних груп. Отже, «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» є феноменом, що залежить від стану держави в системі міжнародних відносин та інформації, яка надходить міжнародними інформаційними потоками та повідомляє про ситуацію безпосередньо в державі або про окремі події, заходи тощо.

3. Інституалізацією феномену «PR-забезпечення політичної діяльності» є «виборчий інжиніринг» як кульмінація застосування політичних технологій у політичному процесі шляхом втілення інтересів суб'єктів PR. Підставою успішності використання PR-технологій у політиці є здатність політичної еліти генерувати основні ідеї та правила поведінки, що формують соціальність; прийняття рішень і відповідальність за них, та забезпечення каналів поповнення елітних прошарків рекрутами з інших соціальних верств.

Структурно «PR-забезпечення політичної діяльності» базується, насамперед на інститутах «виборчого інжинірингу», що охоплює діяльність патронатних служб (наприклад, фірм, компаній, груп, експертного середовища, виборчого штабу), які здійснюють проектування та втілення виборчої діяльності.

Функціонально «PR-забезпечення політичної діяльності» спрямоване на збирання, фільтрацію, узагальнення й аналіз інформації на підставі реальних фактів; надання послуг, де основне значення мають інтереси громадськості; суспільного інтересу як основного критерію вибору програм і напрямів політичної діяльності; ЗМІ як каналів комунікації; здатності передавати інформацію в обох напрямках доки, поки не буде досягнуто взаєморозуміння; знання думок і настроїв різних груп громадськості; вивчення суспільної думки, процесів комунікації та семантики; напрацювань суміжних дисциплін, включаючи теорію пізнання, психологію людини, соціологічних, політичних, економічних та історичних теорій.

В умовах глобалізації до функцій «PR-забезпечення політичної діяльності» зараховують: здійснення управління та контролю над суспільною свідомістю та політичною поведінкою суб'єктів і об'єктів політики з метою

задоволення потреб та інтересів суб'єктів PR; політико-праксеологічне реагування на динаміку базових настанов глобальної політичної свідомості у вигляді громадської думки; використання глобального інформаційно-комунікаційного поля для задоволення потреб суб'єктів PR-технологій.

Сукупно функціонал «PR-забезпечення політичної діяльності» в епоху глобалізації охоплює розгортання трьох етапів. На першому етапі виокремлюють проблему, яку необхідно подолати, визначають якісні характеристики об'єкта, формують мету та розроблюють план інформаційного впливу. На другому етапі досліджують перші результати / наслідки попереднього збирання інформації: аналізують альянси, пропорції потенційно активних / пасивних верств, здатних опиратись інформаційному впливу; визнають впливовість опозиції. Третій етап передбачає впровадження стратегії щодо посилення іміджу політичного діяча образом власної країни.

4. Здійснення компаративного дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» на прикладі держав Європейського Союзу (Федеративна Республіка Німеччина, Французька Республіка та Італійська Республіка), Латинської Америки (Аргентинська Республіка та Федеративна Республіка Бразилія), Північної Америки (США) та Центральної Європи (Україна) актуалізувало вимогу дотримання підстав співмірності об'єктів аналізу, а саме: місце країни у глобальній «світ-системі» (за І.Валлерстайном), що відображає зв'язок між країнами ядра (центру) і периферії, географічно й культурно відокремленими регіонами, що спеціалізуються на випуску капіталомісткої (ядро) або працемісткої (периферія) продукції; типу політичної модернізації (власним або за зразком) як процесу зниження ступеня відчуження громадян від політичної влади; забезпечення реальної участі народу в політичному житті; поширення демократичних цінностей та норм у системі політичної культури; форми правління держави.

У таких межах компаративне дослідження «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» країн різних регіонів і різних політичних культур зосереджувалось на визначенні відповідності цілей «PR-забезпечення політичної діяльності» меті виборчої компанії та стратегічним пріоритетам цільових груп (всередині країни) і громадськості в найширшому сенсі (глобальному вимірі); аналізі остаточного результату, максимальним значенням якого є перемога у виборчих перегонях національного рівня й відповідна зміна у сприйнятті іміджу країни на глобальному рівні.

5. У результаті здійсненого компаративного аналізу «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у виборчому процесі на прикладі держав Європейського союзу (Федеративна Республіка Німеччина, Французька Республіка та Італійська Республіка), Латинської Америки (Аргентинська Республіка та Федеративна Республіка Бразилія) виокремлені наступні особливості «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у процесі демократичного формування органів влади:

– держави Європейського Союзу належать до складових образу «колективного Заходу», що продукують світові привабливі культурні зразки на підставі високотехнологічного виробництва. Отже, ці країни мають спільну ознаку – швидке залучення пропозицій та надбань у сфері PR. Проте мають також суттєві відмінності: різні шляхи здійснення спонтанної політичної модернізації, що зумовили різні ступені збереження ядра традиційних цінностей. Важливим виявився також нещодавній травматичний історичний досвід. Як загальну ознаку можна виокремити більш-менш позитивну практику співвіднесення іміджу окремого політика з процесом державного брендингу;

– дослідження особливостей політичної культури країн Латинської Америки виокремило як спільне те, що для цієї групи країн державний бренд перетворюється на джерело формування іміджу політика, який уособлює соціальні міфи, очікування і стереотипи. Причиною цього є такий засіб «PR-забезпечення політичної діяльності», як «політична спадковість» – упорядковані спадкоємні зв'язки в політиці, що мають вигляд домовленостей представників еліти щодо дотримання дій попередника стосовно соціуму; невербалізованої згоди соціуму на подібну спадковість за умови дотримання соціального пакту, що склався з попередником. Отже, «виборчий інжиніринг» у країнах цього регіону спрямовується на опрацювання такого іміджу політичного діяча, який враховував би запит щодо соціальної справедливості з урахуванням вимоги про успадкування політичної стабільності.

6. Дослідження специфіки «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у виборчому процесі, на прикладах США й України (хоча вони є дуже різними в політико-культурному і ментальному плані) виявило, що засаднича незбіжність використання PR-технологій у виборчому процесі цих країн базується на принципових розбіжностях політичної культури, політичної свідомості та політичної діяльності в цих країнах. Так, США належать до країн, що є творцями інноваційних технологій і піонерами використання новітніх засобів комунікацій у політичній сфері. Прикладна сфера стає полігоном відпрацювання і вибору достатньо успішних алгоритмів політичної діяльності, що відображається в поступовому накопиченні знань, умінь та навичок, які на наступному етапі стають політичною технологією. Характерна ознака «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» у США виявляється в тому, що послуги в межах «виборчого інжинірингу» надаються з урахуванням зворотної комунікації від громадян на підставі ретельного вивчення очікувань соціуму.

На противагу цьому аналіз «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» в Україні фіксує тенденцію на запозичення або аналогову адаптацію західних алгоритмів використання PR-технологій у політичній сфері, що пояснює відносний універсалізм «PR-забезпечення політичної діяльності» в українському виборчому процесі який, втім, не виключає певних креативно-маніпуляційних новацій у сфері політичних технологій, принаймні на етапі формування органів влади.



## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Наукові праці в наукових фахових виданнях України*

1. Цветкова К. Міжнародний імідж ФРН в контексті дострокових парламентських виборів-2005. *Сучасна українська політика: політики і політологи про неї*. 2008. Спецвип.: Політичні технології. С. 96–104.
2. Покровська К. Особливості президентських виборів в Аргентині 2008 року. *Освіта регіону. Політологія, психологія комунікації*: укр. наук. журн. 2009. № 3. С. 157–160.
3. Покровська К. Аналіз іміджу кандидатів у президенти США Дональда Трампа та Хілларі Клінтон під час виборчої кампанії 2016 року. *Гілея: науковий вісник*: зб. наук. пр. 2019. № 143. С. 11–14.

### *Наукові праці у періодичних виданнях іноземних держав*

4. Pokrovska K. Formation of the state brand in a globalized world. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2016. № 2 (10). URL: [http://sp-sciences.io.ua/s2445404/pokrovska\\_katerina\\_2016.\\_formation\\_of\\_the\\_state\\_brand\\_in\\_a\\_globalized\\_world.\\_social\\_and\\_human\\_sciences.\\_polishukrainian\\_scientific\\_journal\\_02\\_10\\_](http://sp-sciences.io.ua/s2445404/pokrovska_katerina_2016._formation_of_the_state_brand_in_a_globalized_world._social_and_human_sciences._polishukrainian_scientific_journal_02_10_).
5. Покровська К. Особливості президентської кампанії 2017 у Франції. Чому і як переміг молодий та амбіційний Еммануель Макрон. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2019. № 1 (21). URL: [https://sp-sciences.io.ua/s2645315/pokrovskaya\\_katheryna\\_2019.\\_features\\_of\\_presidential\\_campaign\\_in\\_france\\_2017.\\_why\\_and\\_how\\_won\\_the\\_young\\_and\\_ambitious\\_emmanuel\\_macron.\\_social\\_and\\_human\\_sciences.\\_polish-ukrainian\\_scientific\\_journal\\_01\\_21\\_](https://sp-sciences.io.ua/s2645315/pokrovskaya_katheryna_2019._features_of_presidential_campaign_in_france_2017._why_and_how_won_the_young_and_ambitious_emmanuel_macron._social_and_human_sciences._polish-ukrainian_scientific_journal_01_21_).
6. Покровська К. Аналіз президентських виборів в Україні 2019. Виборчі технології, помилки кампаній та нові політтехнологічні особливості напередодні парламентських виборів 2019. *Social and Human Sciences. Polish-Ukrainian scientific journal*. 2020. № 3 (27). URL: [https://sp-sciences.io.ua/s2743993/pokrovskaya\\_katheryna\\_2020.\\_analysis\\_of\\_presidency\\_elections\\_in\\_ukraine\\_2019.\\_electoral\\_technologies\\_campaign\\_errors\\_and\\_new\\_political\\_and\\_technological\\_characteristics\\_on\\_the\\_evidence\\_of\\_parliamentary\\_elections\\_2019.\\_social\\_and\\_human\\_sciences.\\_polish](https://sp-sciences.io.ua/s2743993/pokrovskaya_katheryna_2020._analysis_of_presidency_elections_in_ukraine_2019._electoral_technologies_campaign_errors_and_new_political_and_technological_characteristics_on_the_evidence_of_parliamentary_elections_2019._social_and_human_sciences._polish).

### *Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації*

7. Цветкова К. Про використання сучасних PR-технології на парламентських виборах в Німеччині та Італії. *Проблеми та реалії інформаційного суспільства в умовах глобалізації*: I Всеукр. наук.-практ. конф. (Кіровоград, 14 берез. 2008 р.). Кіровоград: Україна, 2008. С. 97–103.
8. Покровська К. Виборчі технології у вітчизняній та закордонній практиці. *Проблеми та реалії інформаційного суспільства в умовах*

*глобалізації*: II Всеукр. наук. конф. (Кіровоград, 27 берез. 2009 р.). Кіровоград: Україна, 2009. С. 87–91.

9. Покровська К. Особливості PR-забезпечення політичної діяльності під час виборів в умовах глобалізації. *Міжнародна інформація: історія, теорія, практика*: Міжнарод. конф. (Київ, 27 травн. 2009 р.). Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка. 2009. С. 171–175.

10. Покровська К. Роль громадян в становленні і розвитку інституту держави в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми в інтегрованому освітньому середовищі*: X міжнарод. наук.-практ. конф. (Київ, 2 лют. 2010 р.). Київ: Вид-во Ун-т «Україна». 2010. Ч. II. С. 155–157.

11. Покровська К. Фактори pr-забезпечення виборчої кампанії 2017 року у Франції. *Публічне управління в умовах глобалізації*: V міжнарод. студ. наук. конф. (Київ, 7 грудня, 2018 р.). Київ, 2018. URL: [https://intern-conferences.io.ua/s2748915/pokrovska\\_katerina\\_2018.\\_faktori\\_przabezpechennya\\_viborchoe\\_kampanie\\_2017\\_roku\\_u\\_francie\\_mater.\\_voe\\_mijn.\\_stud.\\_nauk.\\_konf.\\_publichne\\_upravlinnya\\_v\\_umovah\\_globalizacie\\_07.12.2018\\_za\\_red.\\_v.\\_bebika.\\_kiev\\_vapn-nsg\\_2018](https://intern-conferences.io.ua/s2748915/pokrovska_katerina_2018._faktori_przabezpechennya_viborchoe_kampanie_2017_roku_u_francie_mater._voe_mijn._stud._nauk._konf._publichne_upravlinnya_v_umovah_globalizacie_07.12.2018_za_red._v._bebika._kiev_vapn-nsg_2018).

12. Покровська К. Теледебати як один із засобів pr-забезпечення політичної діяльності. *Менеджмент і технології публічного управління*: VII міжнар. студ. наук. конф. (Київ, 20 вес. 2019 р.). Київ, 2019. URL: [https://intern-conferences.io.ua/s2748913/pokrovska\\_katerina\\_2019.\\_teledebati\\_yak\\_odin\\_iz\\_zasobiv\\_przabezpechennya\\_politichnoe\\_diyalnosti\\_materiali\\_viioe\\_mijn.\\_stud.\\_nauk.\\_konf.\\_menedjment\\_i\\_tehnologie\\_publichnogo\\_upravlinnya\\_20.09.2019\\_r.\\_za\\_red.\\_v.\\_bebika.\\_kiev\\_vapn-nsg\\_2019](https://intern-conferences.io.ua/s2748913/pokrovska_katerina_2019._teledebati_yak_odin_iz_zasobiv_przabezpechennya_politichnoe_diyalnosti_materiali_viioe_mijn._stud._nauk._konf._menedjment_i_tehnologie_publichnogo_upravlinnya_20.09.2019_r._za_red._v._bebika._kiev_vapn-nsg_2019).

13. Покровська К. Соціальні мережі як один з інструментів PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації. *Сучасні проблеми публічного управління*: VIII міжнар. наук. конф. (Київ, 16 січ. 2020 р.). Київ, 2020. URL: [https://intern-conferences.io.ua/s2664730/pokrovska\\_katerina\\_2020.\\_socialni\\_mereji\\_yak\\_odin\\_z\\_instrumentiv\\_przabezpechennya\\_politichnoe\\_diyalnosti\\_v\\_umovah\\_globalizacie\\_materiali\\_viiiie\\_mijn.nauk.konf.\\_suchasni\\_problemi\\_publichnogo\\_upravlinnya\\_16.01.2020\\_za\\_red.\\_v.bebika.\\_kiev\\_vapn-nsg](https://intern-conferences.io.ua/s2664730/pokrovska_katerina_2020._socialni_mereji_yak_odin_z_instrumentiv_przabezpechennya_politichnoe_diyalnosti_v_umovah_globalizacie_materiali_viiiie_mijn.nauk.konf._suchasni_problemi_publichnogo_upravlinnya_16.01.2020_za_red._v.bebika._kiev_vapn-nsg).

## АНОТАЦІЯ

**Покровська К. І. Особливості PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації.** – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидати політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів 2021.

Дисертаційна робота присвячена дослідженню та аналізу феномену «PR-забезпечення політичної діяльності», у складі PR-технологій, обґрунтовано уявлення про структурні складові цього поняття та їх функціональне призначення.

З'ясовано, що «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» повинно не тільки орієнтуватись на особливості сприйняття суб'єктів виборчого процесу всередині країни, а й враховувати загальні тренди та можливості сучасних ЗМІ. Зокрема, потрібно враховувати, що «PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації» вбирає в себе рівень державного брендингу (творення репутації) та інформаційно-роз'яснювальну діяльність держави щодо визначення національних пріоритетів та відмінностей, шляхи координації політичної волі держав, що виявляються в поєднанні державних інтересів із зовнішньополітичними трендами розвитку.

В роботі розкрито роль політичного PR-у як виду суспільно-політичних технологій, застосування яких у політичному процесі є втіленням інтересів суб'єктів політики з урахуванням особливостей та характеристик політичної культури та політичної свідомості електорату, формування національної громадської думки в окремих країнах – у світі, що глобалізується.

**Ключові слова:** влада, політика, PR, PR-забезпечення політичної діяльності, PR-забезпечення політичної діяльності в умовах глобалізації, PR-технології, глобалізація, імідж країни, лідер, імідж політичного лідера, політичні технології, вибори, виборчі кампанії, виборчі технології, виборчий інжиніринг.

## АННОТАЦІЯ

**Покровская Е.И. Особенности PR-обеспечения политической деятельности в условиях глобализации. – На правах рукописи.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – политические институты и процессы. – Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Львов 2021.

Диссертационная работа посвящена исследованию и анализу феномена «PR-обеспечения политической деятельности», в составе PR-технологий, обоснованно представление о структурные составляющие этого понятия и их функциональное назначение.

Выяснено, что «PR-обеспечение политической деятельности в условиях глобализации» должно не только ориентироваться на особенности восприятия субъектов избирательного процесса внутри страны, но и учитывать общие тренды и возможности современных СМИ. В частности, нужно учитывать, что «PR-обеспечение политической деятельности в условиях глобализации»

включает в себя уровень государственного брендинга (создание репутации) и информационно-разъяснительную деятельность государства по определению национальных приоритетов и различий, пути координации политической воли государств, которые проявляются в сочетании государственных интересов с внешнеполитическими трендами развития.

В работе раскрыта роль политического PR-а как вида общественно-политических технологий, применение которых в политическом процессе является воплощением интересов субъектов политики с учетом особенностей и характеристик политической культуры и политического сознания электората, формирования национальной общественной мысли в отдельных странах – в мире, который глобализируется.

*Ключевые слова:* власть, политика, PR, PR-обеспечения политической деятельности, PR-обеспечение политической деятельности в условиях глобализации, PR-технологии, глобализация, имидж страны, лидер, имидж политического лидера, политические технологии, выборы, избирательные кампании, избирательные технологии, избирательный инжиниринг.

## SUMMARY

**Pokrovska K. Impact of PR-support in politics in the context of globalization. – The Manuscript.**

Thesis for a degree of Candidate of Political Sciences; Speciality 23.00.02 – Political Institutions and Processes. – Lviv National Ivan Franko University, Lviv, 2021.

The dissertation emphasizes that «PR-support in politics» takes a leading place in the composition of PR-technologies, the idea of the structural components of this concept and their functional purpose is justified.

It was found that «PR-support in politics in the context of globalization» should not only be guided by the peculiarities of the perception of the subjects of the electoral process within the country, but also take into account the general trends and capabilities of modern media. In particular, it should be borne in mind that «PR- support in politics in the context of globalization» includes the level of state branding (creation of reputation) and information and explanatory activities of the state to determine national priorities and differences, ways of coordinating the political will of states, which are manifested in combination state interests with foreign policy trends of development.

The role of political PR was reveal as a type of sociopolitical technologies, the use of which in the political process is the embodiment of the interests of political subjects, taking into account the peculiarities and characteristics of political culture and political consciousness of the electorate, the formation of national public thought

in individual countries – in a world that is globalizing. The emphasis is made on the influence of the processes of globalization on political activity, is considered – as a cultural phenomenon, connects political communication, political consciousness and the peculiarities of the formation of political culture. The specifics of electoral engineering and the activities of patronage services of political subjects as a guarantee of an effective and successful electoral process have been determined. Separately, it is noted that the image of a subject of politics, which in the context of globalization, can act as a powerful promoter of positive «state branding» in the global political consciousness.

The institutionalization of the phenomenon of «PR-support in politics» is «electoral engineering» as the culmination of the application of political technologies in the political process for the sake of embodying the interests of PR actors. The key to the success of the use of PR-technologies in politics is the ability of the political elite to generate basic ideas, rules of conduct that shape sociality; decision making and responsibility for them; providing channels for replenishment of elite strata with recruits from other social strata.

«PR-support in politics» depends on taking into account the impact of the interaction of structural elements of basic political culture, in particular: political consciousness, which includes both ideological components (political knowledge, values, beliefs) and psychological (political feelings, emotions, experiences, orientations and mood); political behavior (political institutions, types, styles, patterns of sociopolitical activity); political experience (political traditions, customs, political memory of society, etc.).

As a result of the analysis of the basic approaches to interrelation of information technologies and globalization it is revealed that PR-technologies in the conditions of globalization need to consider essential shifts in political activity through: the influence of information technology that transforms symbols, ideas and images into forms of symbolic capital; the emergence of supranational media, which are beginning to form an idea of the purpose of existence, the direction of movement; formation of symbolic capital as a new basis for domination; decline of the role of the state; increasing the influence of supranational structures; the emergence of multicultural factors.

Globalization is an important factor in the development of «large-scale» PR-dialogue, which, in turn, is a democratic tool for interaction of multidimensional sociopolitical and sociocultural space, a mechanism for harmonizing public relations, maintaining social order and integration processes in the political system.

The main content of «PR-support in politics» is the influence of the subjects of the political process on public opinion for the formation of the desired behavior of various social groups. Consequently, «PR-support in politics in the context of globalization» is a phenomenon that depends on: 1) the state of the state in the system of international relations; 2) from information coming through international

information flows and informs about the situation in the state itself or about individual events, activities, and the like.

**Keywords:** power, politics, PR, PR-support in politics, PR-support in politics in the context of globalization, PR-technologies, globalization, country's image, leader, image of a political leader, political technologies, elections, election campaigns, electoral technologies, electoral engineering.