

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет “КиєвоМогилянська академія”  
Факультет соціальних наук і соціальних технологій  
Кафедра зв’язків з громадськістю

**Магістерська робота**

освітній ступінь – магістр

на тему: «Міфотехнології при формуванні політичного іміджу лідерів  
національно-визвольних рухів 20 століття»

Виконала студентка 2-го року навчання,  
спеціальності 061. Журналістика (освітньо-наукова  
програма: Зв’язки з громадськістю)

Кошель Анастасія Кирилівна

Керівник: Чекмишев О.В., доктор наук із соціальних  
комунікацій, доцент

Рецензент: \_\_\_\_\_ Магістерська робота  
захищена з оцінкою «\_\_\_\_\_» Секретар ЕК  
\_\_\_\_\_ «\_\_» червня 2024р.

Київ 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4-9
<b>РОЗДІЛ 1. ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЙОГО ФОРМУВАННЯ</b> .....	9-32
1.1. Сутність політичного іміджу.....	9-21
1.2. Основні технології формування політичного іміджу.....	21-28
1.3. Міфотехнологія як ефективний засіб формування політичного іміджу.....	28-31
1.4. Висновки до розділу 1.....	31-32
<b>РОЗДІЛ 2. РОЛЬ МІФОТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНИХ ІМІДЖІВ ЛІДЕРІВ НАЦІОНАЛЬНО-ВИЗВОЛЬНИХ РУХІВ 20СТ.</b> .....	32-75
2.1. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Степана Бандери.....	33-43
2.2. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Махатми Ганді.....	43-58
2.3. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Нельсона Мандели.....	58-74
2.4. Висновки до розділу 2.....	74-75
<b>РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МІФОТЕХНОЛОГІЙ У ПОЛІТИЦІ</b> .....	75-106
3.1. Міфотехнології в сучасній політиці.....	75-87
3.2. Етичні питання та виклики використання міфів у політичній діяльності.....	87-106

<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>106-110</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>110-116</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>116</b>

## ВСТУП

З давніх часів, людство розвивається пліч о пліч з міфами. Ще від початку вони породжувалися у вигляді фольклору, застерігаючи ще не розвинуте людство від небезпек життя та пояснюючи складні процеси буття простими для розуміння образами. З плином часу і поступовим розвитком людства, міф все частіше використовувався як інструмент впливу на свідомість суспільства. Так міф перетворився з фольклору на повноцінний інструмент для прийняття політичних рішень та вирішення соціальних проблем у світі. Саме в період цієї трансформації людство вперше познайомилося з міфічними богами. Наприклад, Богині Юстиція та Діке, що скеровували античне людство до правосуддя. Або герої Ахілл, Одисей, Геракл, що були натхненням для античних правителів, за будь-яких обставин бути самовідданими та йти до своєї мети, ставати гідним своєї слави. Таким чином, міфи завжди слугували свого роду “маяком”, орієнтиром та ідолом, прикладом того, як має чинити «правильна», «ідеальна» людина. Отже, це не міф є словесною історією, а словесна історія є частиною міфу. Сам же міф представляє собою дещо більше, а саме - комплекс ідей та переконань, що використовують слово як інструмент донесення та розповсюдження їх у суспільстві. О. Фрейденберг, одеська філологиня та культурологиня 19 століття, визначає міф так: “Словесні міфи — лише один з метафоричних виразів міфа. Проте міф охоплює і виражає все, без виключень. Тому він може бути і речовим, і дієвим.” [27 с.17]

Виходячи з цього, ми можемо розглянути один з двох можливих варіантів інтерпретації поняття “політичний міф”. Він полягає в тому, щоб визначати міф, як самостійний елемент, невід’ємний від людського буття. А “політичний міф” в свою чергу є одним з різновидів міфів, що використовують в політичній сфері для досягнення певної мети. Ю. Шайгородський, український політолог, дає таке визначення: «Політичний міф є інтегрованою формою міфологічної і політичної свідомості, це – особливий міф, що зберігає в колективній пам’яті народу його

соціальний досвід, імперативи духовно-морального виміру політичних процесів.» [49 с. 50]

Другий варіант інтерпретації визначення політичного міфу представляє його певним явищем, що має характерні для політичної сфери життя суспільства ознаки та функції. Український письменник Г. Почепцов визначає політичний міф як «ефективну політичну технологію для реалізації конкретних завдань: боротьби за владу, її легітимації, утвердження нової політичної ідеології.» [49 с. 49]

Автор “Політологічного Словника” М.Ф. Головатий визначає політичний міф як “драматичне, символічно сконструйоване представлення реальності, що сприймається на віру. В міфи, в тому числі і в політичні міфи, люди взагалі вірять, оскільки це дає змогу зрозуміти невідоме, маловідоме, бажане (удаване)” [34 с. 490]

Це акцентує на штучності походження політичного міфу та наявності певної мети у його створенні. Виходячи з цього твердження, деякі науковці надають політичному міфу негативного забарвлення, зазначаючи, що це інструмент неетичної маніпуляції та ігноруючи наявність позитивної ролі такого явища. Проте, все більше сучасних науковців тримаються ідеї необхідності використання міфів у політичній сфері, в тому числі у формуванні політичного іміджу як конкретних діячів, так і певних соціальних груп або навіть цілих країн.

**Ступінь наукової розробки теми "Міфотехнології як політичний інструмент"** відображається в тому, що цей напрямок досліджень ще не має чіткого визначення. Ця "розмитість" пояснюється складністю та динамічністю явища політичного міфу. Сучасна політика постійно еволюціонує, що вимагає постійного оновлення інструментів та підходів.

Другою причиною відсутності достатньої кількості напрацювань на цю тему, є мала, а подекуди і зовсім відсутня зацікавленість у темі політики серед суспільства за весь період історії. Довгий час людство не розуміло впливу політики на життя окремих індивідів, а якщо бути точнішими, цей вплив було частково або повністю приховано та викривлено політичними системами. З цієї

причини, активний інтерес, та, зокрема, вивчення політики через призму психології, іміджу діячів та впливу цих та дотичних до них факторів на громадськість почалося лише наприкінці 20 – початку 21 ст. Відповідно, і тему політичних міфів, як похідну від вище зазначених тем, почали активно вивчати лише у цей період. Разом з цим, саме цей період став переламним для світової політики, а особливо для країн колишнього СРСР. Така динамічна для короткого проміжку часу зміна політичних ідей та переконань для великої частини суспільства вимагає не тільки визначення понять у політичній сфері, а й, місцями, їхніх переосмислювань.

**Актуальність теми** цієї роботи у сучасному політичному контексті полягає у тому, що міфотехнології стають все більш важливим інструментом формування політичного іміджу. Політичні діячі, науковці та експерти-іміджмейкери активно використовують різноманітні міфотехнології для створення емоційно заряджених історій, образів та символів, які впливають на сприйняття громадськістю.

Зростання популярності міфотехнологій породжує істотний ризик використання їх для не етичних маніпуляцій. Міфи стають справжньою зброєю масового ураження на політичній арені, що підвищує важливість розуміння специфіки їхнього використання та впливу.

У зв'язку з цим, спеціалістам з комунікацій важливо розуміти, як саме міфотехнології використовуються у політичному піарі та як це впливає на політичну діяльність та сприйняття політичних образів. Важливо також вміти вирізняти міфотехнології з-поміж неетичних маніпуляцій і розуміти специфіку функціонування перших. В умовах трансформації світової політики, такий інструмент може завдати масштабного впливу, як позитивного, так і негативного. Саме завдяки аналізу кейсів застосування міфотехнологій на прикладі відомих політичних діячів різних епох та країн, дослідження дозволить прослідкувати вплив на суспільство та його світогляд у сьогоденні. Всі перелічені чинники вказують на актуальність дослідження «Використання міфотехнологій при формуванні політичного іміджу».

**Наукове і практичне значення роботи.** Результати магістерської роботи мають велике значення як для науки, так і для практики. Вони допоможуть не лише розширити розуміння та визначення міфотехнологій у формуванні політичного іміджу, але й виокремити їхні унікальні особливості. Аналіз впливу навколишнього середовища на трансформацію політичного міфу дозволить глибше осмислити динаміку цього процесу.

Це дослідження буде корисним не лише для академічного світу, але й для практикуючих спеціалістів, зокрема піарників та імідж мейкерів. Вони зможуть використовувати отримані результати при плануванні та реалізації міфотехнологічних кампаній в політичній сфері. Аналіз та розбір цих процесів допоможе їм створити більш ефективні та впливові стратегії, а також пристосувати їх до конкретного політичного контексту та аудиторії.

**Мета дослідження** полягає в глибокому вивченні та аналізі використання міфотехнологій у формуванні політичного іміджу. Я прагну розкрити, як ці технології впливають на громадську думку та яким чином вони функціонують у політичному контексті. Для досягнення цієї мети я буду досліджувати кейси застосування міфотехнологій на прикладі відомих політичних діячів країн в період 20ст.

Аналіз цих кейсів дозволить мені зрозуміти, як впливають демографічні та історичні фактори на застосування міфотехнологій, і проаналізувати їхню ефективність та вплив на суспільство.

**Завдання дослідження:**

1. Визначити поняття політичного іміджу, проаналізувати його сутність та основні технології його формування.
2. Визначити поняття міфотехнологій, проаналізувати міфотехнології як ефективний засіб формування політичного іміджу.
3. Дослідити використання міфотехнологій на прикладах реальних кейсів створення політичного іміджу політичних діячів 20ст.
4. Дослідити етичні питання та виклики використання міфів у політичній діяльності

**Об'єкт дослідження:** міфотехнології як інструмент формування політичного іміджу.

**Предмет дослідження:** кейси створення політичного іміджу лідерів національно-визвольних рухів 20ст.

**Робоча гіпотеза:** міфотехнології є корисним та актуальним інструментом формування політичного іміджу.

**Методи та методологія дослідження.**

У написанні цієї роботи будуть використані декілька методів дослідження для повноцінного та різностороннього огляду теми та її проблематики.

Аналіз літератури буде використаний в цілях вивчення теоретичних аспектів міфотехнологій та формування політичного іміджу. Я досліджуватиму наукові праці, статті, а також історичні документи, що містять інформацію про використання міфів у політичній діяльності.

Кейс стаді буде використаний з ціллю проаналізувати реальних випадків використання міфотехнологій лідерами національно-визвольних рухів 20 століття. Я планую розглянути їхні біографії, виступи, тексти промов, медійні матеріали, що стосуються їхньої діяльності та особисті листи.

Опитування я планую використати з ціллю збору думок рецензентів щодо ефективності та етичності використання міфотехнологій.

Контент аналіз я планую використати з ціллю вивчення медійних матеріалів, що формують політичні міфи. Я планую дослідити тексти газетних статей, телевізійні передачі, публікації у соціальних мережах, у яких прослідковується діяльність обраних лідерів національно-визвольних рухів.

**Структура дослідження.** Структура та обсяг дослідження базуються на меті та специфіці завдань цієї роботи. Відповідно до них, робота складається із вступу, трьох розділів, десяти підрозділів, висновків та списку використаних джерел.

У першому розділі буде проаналізовано сутність політичного іміджу та його основні технології формування. Крім того, важливим аспектом, що

розглядатиметься у першому розділі буде визначення поняття політичного іміджу, його компонентів та значення у політичній діяльності.

У другому розділі буде розглянута саме роль міфотехнологій у формуванні політичного іміджу та основні технології його формування, на прикладі Степана Бандери, Махатми Ганді та Нельсона Мандели. Буде проаналізовано конкретні випадки використання міфів у політичній діяльності та їхній вплив на громадську думку.

У третьому розділі буде проведено аналіз застосування міфотехнологій лідерами українських політичних рухів, на прикладі партії «Голос», за допомогою контент аналізу. Також, провівши онлайн опитування, я планую дослідити та проаналізувати проблематику етичності використання міфотехнологій у політичному середовищі. Цей розділ також міститиме рекомендації щодо етичного використання міфотехнологій у політичній сфері.

## **РОЗДІЛ 1. ПОЛІТИЧНИЙ ІМІДЖ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ЙОГО ФОРМУВАННЯ**

### **1.1. Сутність політичного іміджу**

У сучасному світі зв'язків із громадськістю (public relations, PR) поняття іміджу відіграє критично важливу роль. Це не просто «картинка» або репутація, що може мати особа чи організація, це ще й комплексне уявлення, що формується в громадській свідомості, часто через стратегічно сплановані комунікації та взаємодії. Не виключений і вплив зовнішніх неконтрольованих ситуацій на імідж. Саме тому, піарник має чітко розуміти сутність іміджу, його структуру та механізми впливу на аудиторію. Це дозволить не лише формувати сприйняття аудиторією особи чи організації, а й ефективно ним управляти як з ціллю досягнення піар цілей, так і у непередбачуваних кризових ситуаціях.

Наявність іміджу стала важливим фактором у впровадженні піар кампаній з часів, коли на ринку почала розвиватися конкуренція, а отже і проблема вибору. Під проблемою вибору мається на увазі вибір між конкурентними компаніями, товарами або лідерами думок. Таким чином, компанії або особи

заробляють «кредит довіри», або навпаки, втрачають його. Відповідно, чим кращий імідж та насиченіші події, що його підтримують – тим більший кредит довіри і тим пріоритетнішою стає об'єкт до вибору серед конкурентів.

Як я вже зазначила вище, імідж не завжди є свідомо створеним продуктом. На підтвердження цієї тези, звернемося до висловлювання В. Шапара, про те, що імідж може формуватися природнім шляхом, але часто є результатом ретельної роботи спеціалістів із комунікацій через масові медіа.[58] Це означає, що хоча деякі аспекти іміджу можуть виникати стихійно, через повсякденні взаємодії та різноманітні сприйняття ситуації, багато іміджів є створеними або «підкоригованими» навмисне для відображення певних соціальних очікувань. Фахівці комунікаційники роблять це з використанням інструментів масових комунікацій, а саме - намагаються вплинути на громадську думку та сприйняття, регулюючи імідж таким чином, щоб забезпечити політичний або діловий успіх особи або організації.

Г. Почепцов вважає, що існує три основні технології формування та підтримування іміджу: ідентифікацію, ідеалізацію та протиставлення.

Ідентифікація пояснюється як визначення та згодом розпізнавання певних характеристик особистості чи продукту, що виражають його унікальність. Таким чином у аудиторії з'являються яскраві асоціації конкретних брендів (як особистих, так і решти великих), з відповідними конкретними якостями або атрибутами. Найпростішим і найочевиднішим прикладом ідентифікації є класична айдентика бренду: неймінг, лого, брендові кольори тощо. Проте крім цього є і менш очевидні приклади, наприклад, стиль комунікації, самопредставлення, поведінка у кризових ситуаціях тощо. Усе це так чи інакше не лише впливає, але й якісно формує імідж.

Друга технологія, ідеалізація, пояснюється як створення певного «ідеального образу» бренду або окремого продукту. Це не завжди правдива історія, проте це певний зразок для наслідування. Найчесніший політик,

найякісніша техніка або найшоколадніший шоколад. Тут важливо бути обережними та дотримуватися межі. Якщо перетягнути на себе ковдру занадто сильно, міф-ідеалізація може «луснути» і наслідки цього можуть обернутися непередбачувано або навіть фатально.

Третя технологія, протиставлення, фахівці використовують для підкреслення різниці між об'єктом та його конкурентами або альтернативами, підкріплюючи унікальність і переваги особи або товару перед іншими варіантами. На цьому фундаменті тримаються одвічні «бренд війни», такі як Pepsi/CocaCola, BMW/Audi, Microsoft/Apple або, набагато ближче до нас – В. Зеленський та П. Порошенко.[14]

Отже, ці технології це як «три черепахи» формування та покращення іміджу: впізнаваність, ідеалізація та першість. Саме використання цих технологій у комплексі робить імідж інструментом, що формує громадське сприйняття бренду або продукту і впливає на емоційні реакції людей, відповідно спонукаючи їх до певних дій.

Теза В. Королько про імідж як "штучну імітацію"[52] вказує на синтетичну природу іміджу в контексті соціального конструктивізму. Таким чином, імідж визначається як навмисно створений інструмент, що допомагає фахівцям впливати на сприйняття аудиторією об'єкта і також впливати на ситуацію або певні події таким чином, щоб стимулювати позитивне або негативне ставлення до об'єкта.

На додаток, важливо розглянути і визначення Г. Почепцова іміджу як основи для взаємовідносин.[14] Це вказує на виключну раціональність існування іміджу. Мається на увазі, що імідж, виступаючи інструментом комунікації може визначити, як особистість або організація сприймається у суспільстві, і які можливості відкриваються перед ними у контексті цього сприйняття.

Існує ціла наукова сфера діяльності, що займається вивченням іміджу, його творення та іншими дотичними темами – Іміджологія. Саме сфера

діяльності, а не наука, адже вона охоплює як теоретичне вивчення іміджу як явища, так і практичне застосування конкретних технік та принципів для створення певних образів за допомогою іміджмейкінгу. Фахівці зі створення іміджу, в свою чергу, називаються іміджмейкерами та спіндокторами. Різниця полягає в тому, що іміджмейкери займаються формуванням та підтримкою іміджу осіб, брендів або продуктів, а спіндоктори виступають адвокатами іміджу певних подій.

У сфері іміджології існує декілька класифікацій іміджу, залежно від теоретичних підходів та дослідницьких цілей:

- Імідж може бути особистим, товарним або груповим.
- Відповідно до О.Ю. Панасюка, імідж класифікується на вербальний, кінетичний, габітарний, середовищний, та уречевлений.
- Ф. Девіс розрізняє самоімідж, пропонований імідж, та сприйнятий імідж.
- Г.Г. Почепцов вирізняє такі типи, як дзеркальний, бажаний, корпоративний, харизматичний, міфологічний, та множинний.

О.Ю. Панасюк бачить імідж як комплекс компонентів, що в поєднанні створюють певний символічний образ в свідомості аудиторії. Серед цих компонентів автор виділяє індивідуальний, габітарний, вербальний, середовищний, уречевлений, кінетичний та ментальний способи вираження іміджу.

Індивідуальний імідж виражається особистісними якостями об'єкта. Такими, що є унікальними та акцентують на найбільш розвинутих навичках людини: лідерські здібності, творчий потенціал. Наприклад, розглядаючи імідж Ілона Маска, ми можемо дуже яскраво простежити інноваційність та ризикованість його дій, що вказує на певний склад розуму, тип характеру та відповідно формує імідж впевненого в собі бізнесмена.

Габітарний імідж представляється зовнішнім виглядом людини. Тут грає роль не тільки стильний одяг, але й типаж, іноді колір шкіри, міміка, навіть асоціації, пов'язані зі схожістю на іншу видатну особистість. Важливі кольори, фактури, доцільність та відповідність усіх, навіть тих, що не здаються важливими деталей до того образу, над яким працює іміджмейкер. Стів Джобс створив унікальний стиль, картинку, що стало універсальним символом успішного бізнесмену. Він ввів чорну водолазку та сині джинси у світ іміджу як професіоналів у сфері створення іміджу, так і таких, що надихаються Джобсом. Елізабет Холмс, авторка найбільшої медичної афери у світі – «Теранос» (інноваційна технологія аналізу крові), є цікавим прикладом того, як на шляху до успіху люди переймають певні іміджеві характеристики свого кумира-натхненника. Так, Елізабет Холмс одягала той самий комплект з чорної водолазки з синіми джинсами і навіть наслідувала мовлення Джобса: низький та уважливий голос.

Вербальний імідж визначається вище зазначеними мовленєвими характеристиками. Наприклад, Барак Обама завдячує прихильності аудиторії здебільшого своїй харизматичній мові та здатністю переконувати публіку.

Середовищний імідж говорить про місце. Місце народження, проживання, роботи або будь-яких інших обставин. Зверніть увагу, скільки зусиль для врегулювання численних кризових ситуацій тепер прикладають ті, хто хоч колись мав справи з росією.

Уречевлений імідж виражається продуктом, що створює людина. Вуличне мистецтво Бенксі створює для нього імідж сміливого, впевненого та справедливого соціального діяча. Він виражає свою активну громадянську позицію, висловлює гостру соціальну критику через сатиричні зображення, що таємно з'являються у різних куточках світу та певним чином коментують політичні ці соціальні події, проблеми тощо. Саме сміливість та унікальність робіт Бенксі створили для нього імідж впливового художника, що має здатність впливати на суспільство.

Кінетичний імідж виражається рухами та жестами людини. Завдяки невербальній частині комуніації, а саме рухам та жестам ми можемо першочергово визначити впевненість або невпевненість людини. Більш тонкі значення проглядаються або свідомо спеціалістами, або підсвідомо аудиторією. Прикладом може стати Михайло Поплавський, чий жести та рухи є впізнаваними без жодного пояснювального слова або звуку. Смішна міміка та жестикуляція Михайла Михайловича доповнює його образ жвавого та енергійного ректора. Він відкритий та впевнений у собі і відповідними рухами заявляє про себе як на сцені, так і у розмовних відео.

Ментальний імідж це про світогляд та цінності особистості. Висловлювання щодо політичних або гостро-соціальних тем можуть кардинально змінити імідж буквально одним словом. Таким чином, іноді іміджмейкер потрапляє на роздоріжжя: ідеали або прихильність широкої аудиторії. Степан Бандера так міцно вкорінився в історію, що його імідж лідера «кровожерливих укронацистів», як це називають сьогодні на ростав. Хоча більша частина його зслуг дійсно є міфами, створеними росією та срср для формування різко негативного відношення жителів країн колишнього срср до українського націоналістичного руху. Отже, Бандера мав імідж лідера національно-визвольного руху, що відомий своїми націоналістичними та орієнтованими на незалежність поглядами, що і визначають його не лише як лідера, але й як основний символ українського національно-визвольного руху.[14]

Як і було зазначено вище, для повноцінного функціонування іміджу важливо не опускати жоден з цих компонентів, тоді вони продуктивно взаємодіють, створюючи комплексний образ людини, що може сприйматися позитивно або негативно в залежності від контексту та настрою аудиторії.

Ф. Девіс в свою чергу виділяє всього три ключові типи іміджу:

1. Само-імідж, це про сприйняття людиною самої себе. Таке сприйняття може бути обгрунтоване її життєвим досвідом та відповідно самооцінкою. Таким

чином, сприйняття самого себе має значний вплив на поведінку об'єкту іміджу, адже насамперед вона залежить від впевненості у собі і власних діях.

2. Пропонований імідж, тобто такий, що виражає думки об'єкта іміджу про те, як її сприймає аудиторія. Іноді само-імідж та пропонований імідж не збігається як бажане з дійсним, проте високий відсоток збігу допомагає об'єкту бути більш впевненим у собі.

3. Сприйнятий імідж – головний показник якості процесів формування іміджу, адже він виражає те, який образ аудиторія сформувала для себе думаючи про об'єкт. Таким чином, в разі виявлення розбіжностей між само-іміджем та сприйнятим іміджем, це є основним показником потреби переглянути технології та інструменти формування іміджу, що не дають бажаного результату.[53]

Таким чином, основне завдання іміджмейкерів полягає у наближенні ідеального (такого, до якого ми прагнемо) та реального (такого, що ми вже маємо) іміджів, щоб вони відповідали один одному якомога більше.

Типи іміджу, визначені Г. Почепцовим, можуть бути інтерпритовані як в особистісному сприйнятті, так і в сприйнятті корпоративного образу. Кожен з цих типів має свою унікальну роль і специфіку в контексті зв'язків з громадськістю.

Дзеркальний імідж, тобто внутрішнє уявлення про себе, що перегукується з вище зазначеним само-іміджем, часто може бути доволі оптимістичним, оскільки зазвичай самі себе ми сприймаємо як ідеал. Дзеркальний імідж є критичним типом сприйняття, адже те, як ми себе відчуваємо, яке наше самосприйняття, залежить наша впевненість у собі, і, відповідно, наша зовнішня поведінка та комунікація. Це «плаваючий» вид сприйняття, адже він може базуватися як на єдиній думці об'єкта про себе, так і на висновку, зробленому на основі власної думки та думки і критиці оточуючих.

Поточний імідж, знову ж таки, перегукується з вище зазначеним сприйнятим іміджем. Він виражає те, як нас сприймає зовнішня аудиторія. Саме

тут зв'язки з громадськістю та зокрема іміджмейкінг грає найбільшу роль: висвітлити правдиві позитивні аспекти та замаскувати, чи, так би мовити, «приправити» поясненнями чи навіть виправданнями, якщо це доречно, негативних аспектів. Саме таким чином спеціалісти забезпечують коректний імідж: правдивий, а відповідно – міцний, адже у разі нехтування професійною етикою і використання неправдивих фактів, наш нагромаджений міф може стати надто хитким для продуктивного функціонування.

Бажаний імідж це наша основна ціль. Той імідж, що ми прагнемо побачити у сприйнятті нас аудиторією. Найбільшу потребу у формуванні такої цілі мають нові компанії або особи та такі, що знаходяться в процесі трансформації. В другому випадку важливість полягає у тому щоб замінити старі уявлення про компанію або особу на нові, такі, що відображають сучасні амбіції та цілі.

Корпоративний імідж – найбільш стабільний тип сприйняття. Він відображає загальне сприйняття компанії чи особи аудиторією. Він визначає та забезпечує гарну репутацію компанії за рахунок стабільності та успіху і відповідно впливає на те, як ця компанія чи особа виглядатиме в очах аудиторії.

Множинний імідж відображає неоднорідне сприйняття об'єкту іміджу аудиторією. Частіше таке стається, коли об'єкт знаходиться між конфліктуючими сторонами, що «перетягують на себе ковдру», але іноді буває і так, коли існує декілька незалежних структур, що можуть або працювати разом для створення єдиного образу. Так, на перший погляд незначні похибки можуть стати глобальною різницею в результаті.

Міфологічний імідж передбачає використання вже сформованих відповідно до професійних етичних стандартів міфів для підкріплення тих чи інших якостей, у відповідності з цільовим, бажаним іміджем або конкретних корпоративних наративів. Як вже зазначалося вище, в роботі з міфами важливо бути виключно обережними, адже вони можуть бути як дуже ефективним

інструментом для впливу на аудиторію, так і руйнівною силою, у разі, якщо міф і реальність матимуть значні розбіжності.[14]

Отже, кожен з типів іміджу, визначених Г. Почепцовим, вимагає різноманітних стратегій управління та розробки, щоб адекватно відповідати задачам та очікуванням, що перед ними ставляться. Ключ до успішного управління іміджем полягає у гнучкості та спроможності адаптуватися до динамічних умов та реакцій, забезпечуючи максимальне використання кожного з типів іміджу для досягнення поставлених стратегічних цілей компанії чи особистості.

Виходячи з усіх наведених прикладів, кожен з вище зазначених науковців підкреслює значимість іміджу як ключового елемента у стратегіях публік рілейшнз, де будь-який вид діяльності має на меті не тільки формування, але й підтримку сприятливого образу, здатного сприяти досягненню більш широких стратегічних цілей.

Відповідно до теми наукової роботи, нас цікавить зокрема формування саме політичного іміджу. Він формується з таких ключових компонентів:

Програми та заяви, що є важливим елементом вираження ключових ідей політика. Наприклад, згадаємо слоган Петра Порошенка «Армія.Мова.Віра», що зрозуміло і відкрито виражав головну ідею та напрям роботи Петра Олексійовича на посту президента України. Це акцентувало на його національно-патріотичній позиції та бажанні сформувати справжню незалежність держави.

Поведінка, що в політичному контексті має демонструвати лідерські якості нахшталт рішучості та компетентності. Наприклад, мер Києва Віталій Кличко регулярно зіткається з кизовими ситуаціями в своєму іміджмейкінгу адже нехтує цим компонентом. Відомий своїми висловлюваннями нахшталт «міст втомився», «не кожен може дивитися в завтрашній день», він став не серйозною поважною особою, а радше героєм сучасних «мемів».

Зовнішність і жести, наприклад, стиль одягу та, знову ж таки, поведінка, можуть підкреслювати зв'язок з виборцями. Наприклад, Володимир Зеленський часто відмовляється від офіційних костюмів з моменту початку повномасштабного вторгнення росії, що підкреслює його підтримку і солідарність з народом в умовах війни, а також демонструє світові, наскільки «не на часі» в Україні офіціоз, що не має мети та цінності в умовах війни.

Біографія, адже досвід та походження можуть підсилити авторитет. Наприклад, військовий досвід і роль у розвідувальній службі Кирила Буданова забезпечують йому імідж компетентного та рішучого лідера у сфері національної безпеки.

Перед тим, як аналізувати технології формування іміджу політичного лідера, необхідно звернути увагу на підходи до визначення його сутності. Сучасна політологія виокремлює декілька основних підходів до розуміння політичного іміджу: онтологічний, антропологічний, ціннісний та етичний.

Прихильники онтологічного підходу вважають, що імідж не завжди адекватно відображає реальність. Згідно з дослідженнями С. Голдмена, В. Бебика та Л. Невзіна, політичний імідж має властивості стійкості та ідентифікації, але важливо мати на увазі, що він частково сконструйований реципієнтами на основі їхніх психологічних особливостей, попередніх суджень та досвіду. Так, за словами О. Лавренко, імідж можна визначити як "більш чи менш адекватний реальному суб'єктові образ особистості, який складається в масовій свідомості на свідомому і підсвідомому рівнях" (Лавренко, 2005, с. 24–25). [68]

Антропологічний підхід, представлений такими дослідниками як К. Єгорова-Гантман та Г. Почепцов, розглядає імідж як продукт "самопрезентації" та "управління враженням", що підкреслює важливість особистісної взаємодії у формуванні іміджу. В контексті цього підходу Г. Почепцов зауважує, що імідж

— це "готові інтерпретації світу, які дає нам сам світ. І ми активно користуємося ними" (14, с. 11). [54]

Ціннісний підхід акцентує на символічному характері іміджу. Дослідники Ю. Сурмін та Д. Наріжний наголошують на тому, що імідж політика створюється як символічний образ, що впливає на політичну персоналізацію та взаємодію з публікою. За їхніми словами, імідж є "певним символічним образом сприйняття якогось явища, об'єкта та людини" (Наріжний, Сурмін, 1999, с. 66).[54]

Етичний підхід визначає імідж як елемент з моральним змістом, що може стати "другою натурою" індивіда. Такий підхід підкреслює значення іміджу не лише як зовнішнього образу політика, а й відображення його внутрішніх цінностей.

Ці підходи демонструють, що політичний імідж може бути розглянутий як складний, багатовимірний конструкт. Він включає в себе як реальні, так і вигадані характеристики, що формуються за допомогою різних механізмів взаємодії між лідером і суспільством. Важливо розуміти, що імідж не є статичним; він постійно еволюціонує відповідно до змін у суспільних вимогах і культурному контексті.

До того ж, В. Королько описує імідж як "штучну імітацію" (Королько, 2002, с. 294), а Г. Почепцов, що визначає його як "готові інтерпретації світу".[54] Ці критичні висловлювання щодо сутності іміджу підкреслюють невід'ємну роль медіа і культурних кодів у формуванні політичного іміджу. Ці погляди допомагають зрозуміти, як імідж може бути використаний для впливу на громадську думку та політичні процеси в цілому.

Цікаві визначення існують також у українській політології, де типологія політичних іміджів розглядається через призму культурно-специфічних особливостей. Українські автори, зокрема В. Бебик, виділяють ряд унікальних типів іміджів, які стали характерними для українського політичного дискурсу.[56]

Один із таких — діловий імідж, що базується на ідеології успішності та економічної ефективності. Милосердна І.М. визначає діловий імідж такою ідеєю: «ми заробили гроші для себе, заробимо їх і для вас».[32,с.124] Такий підхід акцентує на здатності політика досягати матеріальних успіхів, які він зможе перенести на ширші суспільні проекти. Прикладом такого іміджу є Петро Порошенко, колишній президент України. Його успіх у «Рошен» став основою для образу ефективного менеджера, здатного впроваджувати реформи і покращувати економіку країни.

Інтелектуальний імідж підкреслює професіоналізм та компетентність політика, що є особливо важливими факторами для роботи в законодавчих зборах. Він базується на переконанні, що для роботи в парламенті необхідні висококваліфіковані спеціалісти, здатні забезпечити раціональні рішення. Володимир Гройсман, колишній прем'єр-міністр України, є прикладом цього типу іміджу. Його досвід як мера міста Вінниця допоміг йому зарекомендувати себе як фахівця своєї справи та ефективного керівника.

Народний імідж вибудовується на популістській основі, тобто «заграє» з простою аудиторією, звичайним народом, маючи за мету створення відчуття близькості між політиком та виборцями. Цей тип іміджу спирається на прагнення виборців бачити в політику не віддаленого лідера, а «свого хлопця», з яким легко підтримувати контакт. Юлія Тимошенко, лідерка партії "Батьківщина", використовує цей тип іміджу для досягнення народної прихильності, виступаючи проти політичної еліти і підкреслюючи своє походження з народу. Її стиль та риторика сприяють створенню образу лідера, який розуміє і поділяє турботи звичайних громадян.

Політичний імідж, за словами Бебика, формується на основі контрастного протиставлення між основними політичними течіями, такими як соціалісти та націоналдемократи, з акцентом на ідеологічні розбіжності та прихильність до певних цінностей. Олег Ляшко, лідер Радикальної партії, майстерно використовує контраст між своїми поглядами і поглядами опонентів для

формування іміджу прямолінійного та принципового політика. Його гострі виступи і непохитна прихильність базовим цінностям його виборців роблять його фігурою, що яскраво виділяється на політичній сцені.

Існує також жіночий імідж. Він використовується для підкреслення здатності жінок вносити свіжі, реформаторські ідеї в політику, Милосердна І.М. використовує таке висловлювання для ілюстрації жіночого іміджу: «Схоже на те, що чоловіки вже нічого не зможуть зробити. Обирайте жінок. Вони зроблять цей світ кращим».[32,с.124] Ірина Верещук, заступник прем'єр-міністра України, використовує жіночий тип іміджу для підкреслення необхідності жіночого голосу в політиці. Її активна позиція і підтримка реформ демонструють, як жінки можуть вносити суттєвий внесок у вирішення нагальних суспільних питань і підтримку стійкого розвитку.

Імідж місцевого жителя базується на ідеї, що політик є частиною спільноти, з якою він живе, що, відповідно, підвищує довіру і сприйняття його як відданого представника інтересів місцевих жителів. Геннадій Кернес, колишній мер Харкова, ефективно використовував своє місцеве походження для створення образу відданого лідера, глибоко зануреного в потреби та проблеми своєї громади. Його здатність зосередитися на місцевих ініціативах і персонально займатися питаннями жителів Харкова допомогла йому здобути глибоку підтримку і повагу серед місцевого населення.

Ці класифікації ілюструють, як різні типи політичного іміджу використовуються для досягнення зв'язку з виборцями та передачі їм ключових повідомлень кампанії, підкреслюючи різноманітність стратегій, що можуть застосовувати політики для забезпечення свого політичного успіху. [32]

## 1.2. Основні технології формування політичного іміджу

Формування політичного іміджу в сучасному політичному ландшафті вимагає комплексного застосування різноманітних технологій, кожна з яких відіграє свою унікальну роль у створенні і підтримці образу політика. Серед

найбільш розповсюджених технологій, на мою думку, можна розглянути медіа-стратегію, Public Relations (PR) + кризові PR, використання архетипів та використання міфотехнологій. Нижче я хотіла б розкрити кожен з цих пунктів ширше, щоб визначити, як саме ці технології функціонують у формуванні політичного іміджу.

**Медіа-стратегія** це найпростіша, найконсервативніша та досі одна з найбільш ефективних технологій формування та підтримки іміджу сьогодні. Вона передбачає залучення та співпрацю з медіа та ЗМІ. Ця технологія буде прослідковуватися і в наступних розглянутих технологіях, проте у кожній є свої акценти.

**Public Relations (PR) + кризові PR** це найекологічніша технологія з надійним довгостроковим ефектом. На відміну від медіа-стратегії, зв'язки з громадськістю зі значно меншою вірогідністю можуть створити репутацію замість іміджу. PR це не лише інструмент інформаційної підтримки, а й стратегія, що дозволяє формувати довгострокові відносини з громадськістю. Я вважаю, що сучасний PR повинен бути заснований на принципах прозорості та відвертості, адже фальсифікації та відсутність зворотнього зв'язку заважає підтримці позитивного іміджу та швидкому реагуванню на потенційні кризові ситуації, тим самим зменшуючи довіру громадськості. Оперативне та щире реагування на нештатні ситуації завжди цінується аудиторією, адже вона відчуває себе поінформованою і захищеною. До того ж, чим швидша та вичерпніша інформація надійде з нашого першоджерела, тим менше маніпулятивних версій того, що і чому сталося, встигне з'явитися у інфопросторі. Вертаючись до тези, що зв'язки з громадськістю це ще й стратегія, важливо зазначити, що спеціалісти піарники мають вирішувати не лише проблеми, що вже себе проявили, а й прогнозувати заздалегідь вірогідні труднощі і формувати універсальну інформаційну «подушку» для укріплення довіри та прихильності аудиторії. Головною метою такої стратегії є не дати

аудиторії встигнути створити свою правду в період очікування на офіційні пояснення.

**Політична реклама та пропаганда** передбачає не лише презентацію політиками своїх досягнень та планів, а й зміну або перегравання свого минулого задля маніпулювання уявленнями суспільства про свою особистість. Тут я б хотіла наголосити на різниці між політичною рекламою, що бере за основу створення образу виключно фактичні дані та пропагандою, що використовує різні види маніпуляцій для досягнення конкретної думки суспільства про особу чи ситуацію. Це важливо, адже етичний підхід до використання функції політичної реклами є обов'язковим для досягнення якісного результату. Пропаганда завжди рано чи пізно породжує недовіру та песимізм громадськості як до конкретних осіб та ситуацій, так і до політичного процесу в цілому.

**Позитивні аспекти біографії**, такі як освіта, професійний досвід, сімейні цінності або волонтерська та спонсорська діяльність тощо, може створити більш реалістичний образ політика, акцентуючи на його людяності та щирості намірів. Ці аспекти, на мою думку, слугують фундаментом для вибудовування іміджу політика, щоб у ньому були укорінені характеристики щирості та достовірності. Залучення політика до позитивних подій укріплює емоційний зв'язок з виборцями, що формує та утримує їхню прихильність та підтримку.

Серед доволі поширених та актуальних в Україні та світі технологій формування політичного іміджу важливо розглянути **використання архетипів**. Саме архетипи є фундаментом політичних міфотехнологій. Дитина, мудрець, дослідник, герой, маг, бунтар, хороший хлопець, блазень, коханець, правитель, опікун та творець – 12 способів створити образ, що яскраво відіб'ється у підсвідомості реципієнта.

Як зазначає Карл Юнг, архетипи це первісні елементи колективного несвідомого, що існують з незапам'ятних часів ("Архетипи і колективне несвідоме"). Тобто, це певні універсальні образи, що відіграють ключову роль у

формуванні глибинних психологічних впливів на аудиторію, адже вони звертаються безпосередньо до базових, підсвідомих сприйнять. Міфи та казки, що також є свого роду архетипами, передаються з покоління в покоління і використовуються для втілення складних ідей через прості, зрозумілі образи. Політики ж можуть використовувати образи-архетипи для того, щоб надихнути виборців або посилити їхню відданість певним ідеям, створюючи імідж лідера-героя, борця за справедливість, що відповідає внутрішнім уявленням і очікуванням аудиторії.

За К. Юнгом, архетипи важко чітко визначити з психологічної точки зору, оскільки вони тісно пов'язані з міфами та секретними ученнями. Проте, їхній вплив на психіку людини неможливо заперечувати. Архетипи трансформують зовнішні реальні події у внутрішні психічні переживання, що в свою чергу робить їх потужним інструментом у руках політика, що мають на меті вплинути на виборців.[55]

Якщо казати про найпопулярніші архетипи для використання у політиці, можна виокремити мудреця, дослідника, героя, бунтаря, хорошого хлопця та правителя. Зазвичай у формуванні іміджу використовується комплекс з архетипів, адже як і у характері звичайної людини є один домінуючий образ і прояви інших у певних ситуаціях. В політиці архетип слугує «мостом» між повідомленням та електоратом. Тобто архетип допомагає створити шаблон, в який треба помістити повідомлення, з ціллю звернути на нього увагу конкретної аудиторії, а саме такої, що відчуває прихильність і наближеність до обраного політиком архетипу. Кампанія про аграрне господарство доноситиметься через архетип хорошого хлопця, а кампанію про бізнес краще сприймуть через архетип правителя. Щоб розібратися, чому і як це працює, розглянемо кожен з виокремлених популярних для використання у політиці архетипів.

Архетип мудреця це образ «старійшини». Людини, що давно у справі і має поважний статус завдяки багаторічному досвіду, більшому ніж у конкурентів. Мудрець, як і старійшини у кінематографічних племенах, мають за основу

діяльності – допомогу своєму народу та передачу власної мудрості. Про мудреця складають міфи на основі описів біографічних досягнень, порівнянь їхніх ідеологій з успішними історичними кейсами тощо. Рішення мудреця виважені та глибоко осмислені, він розуміє історію, культуру та закони людства, а його поради підкріплені мудрістю, накопиченою досвідом багатьох поколінь. Леонід Кравчук, перший Президент незалежної України, часто асоціюється з образом мудреця за його роль у переході країни до незалежності та спокійний, зважений підхід до вирішення конфліктів.

Архетип дослідника пропонує електорату отримати новий досвід, спробувати щось нове. Ця людина є реалістом, є чесною з собою, проте відкрита до пошуку альтернатив буття та ведення країни у світле майбутнє. Міфи про дослідника наголошують на його постійному прагненні до знань та намаганнях вирішити глобальні проблеми і внести зміни у буття суспільства шляхом ретельних досліджень, запозиченню досвіду вчених та мислителів та постійному аналізі. Архетип дослідника формує у свідомості суспільства образ лідера, що глибоко розуміє складнощі сучасного світу і шукає і реалізовує раціональні та обгрунтовані підходи до їхнього вирішення. Олексій Гончарук, колишній прем'єр-міністр України, використовував аналітичні методи для управління державними реформами, зокрема, через впровадження прозорих і ефективних систем моніторингу та оцінки результатів реформ. Він активно сприяв цифровізації урядових послуг, що дозволяло збирати дані для подальшого аналізу та вдосконалення політичних кампаній, тим самим підвищуючи прозорість і відповідальність у процесах ухвалення рішень.

Архетип героя – це обраний, назначений долею, той, що поведе за собою народ та боротиметься за нього. Герої надихають та мотивують іти за собою та відвойовувати свої інтереси. Образ героя часто асоціюється з великими подвигами, боротьбою з несправедливістю і корупцією, використовує історії про те, як герой подолав терени перешкод і врятував країну в кризовій ситуації. Андрій Парубій, відомий своєю активною участю у Євромайдані та обороною

українських інтересів на посаді Голови Верховної Ради. Його внесок у розвиток демократії та захист суверенітету України робить його героєм національного масштабу.

Архетип бунтаря представляє особу, що йде проти системи та не поважає усталені правила суспільства. Це лідер – реформатор, що прагне до радикальних змін та бореться проти застарілих структур і ідеологій, часто виступаючи голосом меншинств. Бунтар пропонує кардинально нові підходи, що часто викликають суспільні дискусії та можуть призвести до переворотів. Олег Ляшко, лідер Радикальної партії, відомий своєю різкою критикою існуючої політичної системи та боротьбою проти корупції.

Архетип хорошого хлопця каже «я свій», «я простий», ця особа одне ціле з народом та виступає виключно за його інтереси, не переслідуючи жодних комерційних інтересів. Політик хороший хлопець завжди тримає руку на пульсі свого народу. Це не піднесений до небес політик, а «сусід», до якого можна звернутися по допомогу, який вислухає та почує про проблеми громади. Для хорошого хлопця створюються контексти, у яких він відвідує малозабезпечені сім'ї, або допомагає дітям, літнім людям або хворим. Володимир Зеленський, «слуга народу», обрав акцент на цьому архетипі у своїй політичній кампанії і виграв на цьому політичні перегони. Детальніше я проаналізую цей кейс у дослідженні нижче.

Архетип правителя це впевнений та надійний лідер, що бере на себе відповідальність за народ. Цей лідер представлений як батьківська фігура, що здатна захистити і направити свій народ, наділяючи його впевненістю та стабільністю. Він виступає як захисник національних інтересів, чітко визначає зовнішньополітичний курс і впевнено керує економічними реформами. Його імідж будується на основі сили, мудрості та відданості країні. Петро Порошенко, экс-президент України, позиціонував себе справжнім лідером, правителем. Він визначив чіткий курс до європейських інтеграційних процесів та національної

безпеки і слідував ньому, вів народ крізь кризу до цілі – сильної держави, з потужним захистом та підтримкою.

Міфотехнології відіграють значну роль у формуванні політичного іміджу, адже дозволяють підсилити образ політика міфами, тим самим сформувати імідж самовідданості, героїзму, або і зовсім ідеалізувати образ. Це дуже потужний інструмент, що здатен мобілізувати маси до підтримки лідера як у штатній, так і у кризовій ситуації, залежно від контексту та мети.

Проте, на мою думку, міфотехнології не є ідеальним інструментом, адже вони мають «вибухову» силу, з якою важливо бути виключно обережними та уважними, контролювати та аналізувати кожен етап щоб отримати якісний довгостроковий результат. В разі нехтування етичними принципами використання міфотехнологій, цей інструмент може стати руйнівною силою, адже коли реальні дії політика не відповідають створеному ідеалізованому образу, тобто громадськість зіткнеться з невиконанням обіцянок або неспроможністю політика вирішити реальні проблеми, ефект буде короткостроковим та ризикованим. Довіра, що була швидко здобута завдяки виключно вигаданому міфу, не маючому нічого спільного з реальним положенням справ, буде так само швидко втрачена і більш того, понесе за собою наслідки, які буде складно виправити.

Я також вважаю, що не можна не зазначити факт недоцільності надмірного використання міфотехнологій. Це може призвести до втрати інтересу та довіри серед електорату, адже будь-який міф звучить надто гарно щоб бути правдою і може бути сприйнятий всерйоз лише в суміші з реальністю. Коли усі історії про людину виставляють її героєм та ідеалом, особа втрачає людський фактор і стає «суперменом», вигадкою з коміксів, яка не сприймається як раціональна, реально існуюча особистість. Особливо небезпечною є така діяльність у демократичному суспільстві. Це пояснюється тим, що в умовах демократії, суспільство має доступ до різноманітних альтернативних джерел інформації, відповідно має ключові для функціонування демократії фактори - розвинуте

критичне мислення та залучення у громадянську активність. Отже, створення виключно ідеалізованого іміджу, що не відображає реальність, скоріше за все, підірве основи довіри, що є фундаментом для продуктивної політичної діяльності.

Таким чином, кожна з розглянутих технологій вимагає виваженості та обережності у використанні, щоб отримати гарний результат. Важливо зацентувати на обов'язковості врахування етичних стандартів використання даних технологій, особливо в контексті зростаючої освіченості громадян та доступності інформації в реальному часі в альтернативних джерелах. Ефективне та коректне використання цих технологій, в свою чергу, може значно підсилити політичний імідж, проте важливо бути готовими до критичних настроїв реципієнтів та перевірки фактів та тверджень на предмет достовірності суспільством.

### 1.3. Міфотехнологія як ефективний засіб формування політичного іміджу

Міфотехнології це дуже актуальна технологія формування політичного іміджу, що стала набирати обертів у використанні відносно нещодавно, з 20ст.

Як я вже зазначила вище, в політичному контексті міфотехнології слугують потужним інструментом формування образу політичного лідера чи партії, адже відіграють важливу роль у формуванні певного способу сприйняття об'єкту виборцями та впровадження певного емоційного впливу на них. Міфотехнології дозволяють конструювати історії, міфи, що не є повністю вигадками, а лише гіперболізованими варіаціями реальних історій з біографії об'єкта, що підносить його до міфічного статусу і відповідно дуже ефективно впливає на масову свідомість електорату.

Згідно з дослідженням, опублікованим в "European Proceedings of Social and Behavioural Sciences", міфотехнології використовуються для створення ідеалізованих наративів, що не рідко можуть не мати безпосереднього зв'язку з

реальністю, але при цьому ефективно формують певне емоційне ставлення до політика або партії (European Proceedings, 2021). [59] Ці наративи можуть базуватися, наприклад, на національних символах, історичних подіях або особистих значущих досягненнях політика, що героїзує його, позиціонує його як особливого, обраного персонажа.

Дослідження, опубліковане в науковій роботі Слюсаря М.В., вказує на те, що міфотехнології можуть бути надзвичайно ефективними в політиці, особливо коли вони відповідають очікуванням та цінностям виборців. Автор переконує, що вони допомагають політикам створити глибокий емоційний зв'язок з виборцями, що є критично важливим для здобуття та утримання влади (eprints.zu.edu.ua, 2021).[43]

Однак, як зазначається в дослідженні від Brill, міфотехнології також несуть певні ризики, пов'язані з потенційним маніпулюванням масовою свідомістю та розповсюдженням дезінформації.[60] Важливо, щоб політичні актори, що використовують ці технології, прагнули до досягнення балансу між створенням мотиваційних історій за допомогою міфотехнологій та збереженням соціальної відповідальності перед аудиторією щодо збереження правдивості фактів. Зловживання ж міфотехнологіями може призвести до глибокого розчарування виборців, адже коли реальні дії політиків не відповідають створеним образам, у суспільстві зароджуються певні протиріччя (Brill, 2021).

Міфотехнології це комплексна назва, що поєднує міфотворчість, архетипізацію, ідеалізацію, героїзацію та демонізацію. Щоб чітко розуміти предмет дослідження, розглянемо кожен вид міфотехнологій більш поглиблено у контексті політичного іміджу.

Міфотворчість використовується для формування та підтримки іміджу в цілому. Це створення міфів, історій, на основі реальних подій та фактів, щоб підкріпити бажану якість політичної особи у медіа просторі. Основна мета

міфотворчості – піднесення особи до «олімпу», за рахунок міфу або нарративу, що роблять існуючі заслуги особистості більш вагомими.

Архетипізація передбачає створення та подальшу підтримку іміджу або нарративу для посилення зацікавленості та залученості до ідей, думок, ідеологій та подій пов'язаних з політичною особою. Це працює за рахунок впливу на колективне несвідоме шляхом «гри на струнах» підсвідомості, тобто міфічних образів, закладених у нашому генетичному коді багато поколінь тому.

Героїзація робить особу рятівником, посилює її морльну, розумову та фізичну міць. Цей вид міфотехнологій передбачає створення гіперболізованих, але хоча б частково дотичних до реальності історій про героїчні звершення політичної особи.

Ідеалізація є першим з двох прикладів не етичного використання міфотехнологій. Вона передбачає створення не маючих нічого спільного з реальністю історій, що підносять особу до ідеалу. Така технологія матиме помітний але короткостроковий ефект та залишає за собою ризик притягнення додаткових наслідків у вигляді втрати інтересу, зневіри або зіпсованої репутації.

Другим прикладом не етичного використання міфотехнологій є інструмент чорного піару та пропаганди – демонізація (дегуманізація). Вона передбачає викривлення іміджу конкурента, використовуючи архетипи демона або царя, тим самим підміну людської сутності особи на сутність зла. Таким чином можна домогтися короткострокового ефекту, скинувши конкурента з п'ятдесяту, проте ті технології, що виходять за межі етичності, завжди несуть за собою певну «карму» у вигляді наслідків в контексті ставлення суспільства до особи – автора наклепу.

Міфотехнології, без сумніву, є могутнім інструментом у сучасній політиці, але, як ми визначили з дослідження наукової літератури, їх використання вимагає великої відповідальності та етичного підходу. Важливо, щоб політики пам'ятали про потенційні довгострокові наслідки для довіри та стабільності у

сприйнятті об'єкту аудиторією через безвідповідальні кроки. Проте, коректне використання міфотехнологічних інструментів може значно підсилити політичний імідж і, відповідно, сприяти гармонійному розвитку суспільних відносин.

#### 1.4. Висновки до розділу 1

У цьому розділі, з допомогою опрацьованої літератури, мною було розглянуто різні аспекти формування політичного іміджу, зокрема використання в цих цілях міфотехнологій. Ключовим усвідомленням є те, що політичний імідж це складне уявлення, що формується не тільки через свідомі комунікаційні зусилля, а й через різноманітні соціальні очікування та зовнішні впливи. Важливість іміджу виростає у вимірах, де він діє як інструмент впливу на громадську думку і допомагає в політичному та діловому успіху.

Імідж включає в себе елементи ідентифікації, ідеалізації та протиставлення, які детально розглядаються через призму їхнього впливу на аудиторію. Ідентифікація служить для створення сильних асоціацій з певними характеристиками особи чи бренду; ідеалізація створює образи-ідеали, до яких люди прагнуть, а протиставлення допомагає підкреслити унікальність об'єкта порівняно з іншими. Такі технології є ключовими для ефективного формування і підтримки іміджу.

Важливо також розглянути імідж як штучно створений соціальний конструкт, що активно використовується в масовій комунікації для впливу на аудиторію. Цей аспект підкреслює необхідність ретельного та етичного підходу до управління іміджем, щоб уникнути потенційної шкоди та маніпуляцій.

Щоб визначити місце використання міфотехнологій у формуванні політичного іміджу, мною було розглянуто такі соціально-комунікативні технології формування політичного іміджу, як медіа-стратегію, Public Relations (PR) + кризові PR, використання архетипів та, безпосередньо, використання міфотехнологій. Окрема увага приділяється міфотехнологіям, що дозволяють

створювати ідеалізовані наративи, які формують сприятливе ставлення до політиків або партій.

Міфотехнології в політичному іміджмейкінгу використовуються для посилення впізнаваності та авторитету політичних діячів. Ці технології допомагають перетворити політиків на символи національних амбіцій та ідеалів, часто через створення наративів, що апелюють до глибоких культурних архетипів. Це може значно підвищити емоційний зв'язок між лідером і населенням, створюючи відчуття єдності та спільної мети.

Водночас, критичне значення має забезпечення того, щоб міфотехнології не перетворилися на інструмент дезінформації. Політики мають відповідати високим моральним стандартам, щоб їхні дії співпадали зі створеними образами, підтримуючи тим самим довіру та прихильність громадян. Критичне мислення та освіченість виборців також відіграють важливу роль у виявленні та критиці спроб маніпуляції через міфотехнології.

Застосування міфотехнологій у формуванні політичного іміджу вимагає ретельно продуманого підходу та балансу між реальністю та ідеалізацією. Ці технології можуть бути потужними інструментами для створення сильного лідерського образу, але при їх використанні потрібно уникати маніпуляцій та дезінформації. Етичне застосування міфотехнологій забезпечує довіру і лояльність громадськості, тоді як їх зловживання може призвести до глибокого розчарування і втрати підтримки.

Таким чином, використання міфотехнологій у політичному іміджмейкінгу вимагає не тільки творчого підходу і психологічної проникливості, а й знань зі стратегічного планування та високого рівня професіоналізму усіх учасників процесу формування політичного іміджу, для забезпечення їх ефективності і прийнятності у суспільстві.

## **РОЗДІЛ 2. РОЛЬ МІФОТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ ПОЛІТИЧНИХ ІМІДЖІВ ЛІДЕРІВ НАЦІОНАЛЬНО-ВИЗВОЛЬНИХ РУХІВ 20СТ.**

## 2.1. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Степана Бандери

### Історичний контекст

Степан Бандера народився 1 січня 1909 року, у селі Старий Угринів на території сучасної Івано-Франківської області в родині священника УГКЦ. Дитинство та юність Степан провів у духовній та націоналістичній атмосфері, що мало великий вплив на його характер, життєві та політичні переконання. Вже у студентські роки Бандера розпочав свою активну громадянську діяльність. Тоді він став активним членом Української Військової Організації (УВО), а згодом і частиною, і навіть символом славнозвісної Організації Українських Націоналістів (ОУН), що свого часу відіграла ключову роль у боротьбі за незалежність України.

ОУН було засновано у 1929 році, як відповідь на політичне пригнічення та культурну асиміляцію українців у міжвоєнній Польщі. Степан Бандера доволі швидко став однією з лідируючих, відомих фігур у націоналістичному русі. Він був відомий своїми радикальними поглядами і непохитною відданістю ідеї незалежної Української держави. Не дивлячись на таке швидке сходження досі невідомого хлопця до кіл лідерів націоналістичних рухів, його діяльність була сповнена численних перешкод, таких як неодноразові арешти, ув'язнення, переслідування тощо. Проте це не стало причиною ховатися або тим паче завершувати свою діяльність, навпаки, перешкоди зміцнювали репутацію Степана Бандери, а отже забезпечували його більшою прихильністю та, відповідно, підтримкою, що в свою чергу додало Степану та його однодумцям ще більше натхнення та впевненості в правильності обраного шляху.

У 1940 році Степан Бандера стає головою революційної фракції ОУН, що підтримує створення незалежної української держави через боротьбу з зовнішніми окупантами, зокрема з нацистською Німеччиною та СРСР.

Відомо, що СРСР досі апелює до співпраці Степана Бандери з нацистським військом Німеччини в намаганнях дискредитувати ОУН у пострадянському

просторі, використовуючи інструмент демонізації ворога, створюючи Степану Бандері образ суцільного зла, зрадника та нациста.

Співпраця Степана Бандери та ОУН з нацистською Німеччиною мала складний і багатовимірний характер, заснований на стратегічних, але не ідеологічних сподіваннях. Початкова ідея Бандери полягала у використанні нацистської військової машини для здобуття незалежності України, виходячи з принципу «ворог мого ворога – мій друг». Такий курс передбачав розвиток українського національного уряду одразу після відбиття територій у Радянського Союзу. Однак, плани Бандери швидко були зруйновані німецькими військовими, які відмовилися від ідеї незалежної української держави і арештували його разом з братами. Це відкрило очі на ілюзорність такої співпраці та підкреслило антигуманістичну природу нацистського режиму.

Ці події спонукали Бандеру та ОУН до переосмислення своїх тактик і стратегій у боротьбі за українську незалежність, відштовхуючись від зовнішньої підтримки і зосереджуючись на внутрішніх силах і ресурсах. Цей період у їхній боротьбі демонструє складність вибору союзників у політичних битвах та ризики, які виникають, коли зовнішні "союзники" виявляються стратегічними антагоністами.

Після війни Бандера продовжив свою діяльність у вигнанні, ставши символом непохитної боротьби за незалежність України. Він відігравав ключову роль у діяльності української діаспори, намагаючись привернути увагу західних країн до проблеми української незалежності. Його зусилля, однак, завершилися трагічно: Бандера був убитий у 1959 році агентом КДБ у Мюнхені, Німеччина.

Життєвий шлях Степана Бандери та його роль у формуванні українського національного руху виявляються надзвичайно багатогранними та впливовими. Не дивлячись на неоднозначні, спірні методи досягнення цілей та зв'язки, що обирав Степан Бандера, він залишається ключовою фігурою в історії української боротьби за незалежність. Спадщина його діяльності, будучи символом

непохитної волі до здобуття свободи та справедливості, досі має вплив на українську політику та національну ідентичність, особливо у контексті сьогодення, коли ми знову після не зтяжної перерви мусимо виборювати українську незалежність та свободу.

Незважаючи на його спірні методи та зв'язки, Бандера залишається ключовою фігурою в історії української боротьби за незалежність. Його спадщина продовжує впливати на українську політику та національну ідентичність, будучи символом непохитної волі до здобуття свободи та справедливості. Життєвий шлях Степана Бандери, насичений ідеологічними викликами, тортурами, особистими втратами та безліччю інших негативних аспектів, що створювалися ворогами України для перешкоджання діяльності ОУН у досягненні своїх цілей, є відображенням глибокого прагнення до досягнення незалежності України та відданості Степана цій ідеї. З покоління в покоління, Степан Бандера є натхненням українців та символом нескореної боротьби українського народу за свободу.

### Основні ідеї та ідеології

Основою ідеології Степана Бандери та Організації Українських Націоналістів (ОУН) була ідея створення незалежної Української держави, фундаментом якої є націоналізм та суверенітет. Націоналізм Бандери заключався не лише у любові до рідної землі, а й активну боротьбу за її визволення від польських та радянських окупантів, що з часом переросла у радикальну позицію «Україна для українців» і її відстоювання. Проте, його підхід до «національної чистоти» передбачав знищення не тільки зовнішніх, а й внутрішніх «ворогів». Це, вочевидь, теж призводило до критики зі сторони міжнародної спільноти та внутрішньої опозиції.

Його підхід до національної незалежності передбачав відсторонення не тільки зовнішніх, але й внутрішніх "ворогів", що часом призводило до критики з боку міжнародної спільноти та внутрішньої опозиції.

Степан Бандера здобув славу завдяки своїй непримиренній боротьбі проти радянської влади та комуністичної ідеології. Він вважав її основною загрозою для української свободи та незалежності, тому антикомуністична позиція Степана була глибоко укорінена у переконання, що свободу Україні може забезпечити виключно повне знищення радянської системи.

Я хотіла б виокремити і зацентрувати також на такому елементі ідеології Степана Бандери як культурна автономія. Він підтримував і просував ідею відродження української мови, культурної та історичної спадщини, що були засобом самоідентифікації української нації. Культурна незалежність безспірно є одним з ключових аспектів національної ідентичності, тож Степан Бандера скористався ним як інструментом мобілізації та єднання українського народу.

Важливим аспектом ідеології була також ідея верховенства закону і прав людини. Степан Бандера ставив ці аспекти в протиріччя радянським репресіям та тоталітаризму. Він вважав, що права і свободи громадян мають бути основою незалежної України. Вони мають гарантувати громадянам наявність правової держави та захист від будь-якого зовнішнього втручання.

Проте, як я вже зазначала вище, історичний шлях та підхід до досягнення цілей у Степана Бандери був доволі неоднозначним і викликав спори та часто засудження як зі сторони ворогів-советів, так і зі сторони деяких прошарків українського населення. Найяскравішим прикладом лишається співпраця з нацистською Німеччиною під час Другої світової війни. Ця ситуація доволі яскраво демонструє, наскільки небезпечним можуть бути використання міфотехнологій з подальшим не слідуванням створеним міфам. Борючись проти окупантської сили та відстоюючи свободу свого народу, Степан Бандера зраджує своїм ідеалам та хоч і з благою метою, але пов'язує свою політичну діяльність з тими, хто нещадно руйнує свободи та незалежності європейських країн. В результаті Бандера був арештований і відправлений до концентраційного табору, а його ідеї про незалежність були жорстоко придушені нацистами.

Незважаючи на значну кількість контroversій, що оточують фігуру Степана Бандери, його ідеології та діяльність зробили настільки великий внесок в свідомість українського народу, що стали буквально головним і беззаперечним символом українського націоналізму. Вплив Степана Бандери на українську національну ідентичність та боротьбу за незалежність досі можна побачити навіть не поглиблюючись у тему. Він досі лишається символом нескореності та відданості ідеї вільної України і надихає українців з покління у покоління.

На сьогоднішній день, постать Степана Бандери викликає неоднозначне відношення суспільства. З одного боку, його шанують як героя, що віддав власне життя за свободу України. З іншого ж боку Степана засуджують за негуманні та екстремістські методи боротьби за націоналістичні ідеї ОУН. Ця розбіжність в думках відображає неоднозначність історичних фігур, що діяли в умовах політичних та соціальних конфліктів та складність їхньої оцінки через призму сьогодення. Ці нескінченні дебати про внесок спадщини Степана Бандери та ідеології ОУН в код української нації, підкреслюють важливість історичної пам'яті та її вплив на сучасне національне будівництво та політичні дискусії в Україні. Відповідно, вони залишаються актуальними в контексті пошуку балансу між вшануванням національних героїв та критичним переосмисленням їхнього внеску в історію України.

#### Міфотехнології та архетипи

«Він був людиною, довкола якої створюються міфи, але це прикмета тільки героїчних постатей, тому Степан Бандера - герой України.» - Г. Гордасевич «Степан Бандера: людина і міф».[29]

Отже, міфологізація Степана Бандери також відіграє ключову роль у зміцненні національної ідентичності українців, породжуючи героїчні наративи, що мобілізують відчуття єдності та гордості в українському суспільстві. Ці наративи є не лише пам'яткою про минуле, але і орієнтир, свого роду

ідеологічний посібник для сучасних національно-визвольних, націоналістичних рухів, що спрямовані на захист суверенітету та культурної ідентичності України.

Проте, критики наголошують на тому, що міфотехнології мають властивість спотворювати історичні факти. Це може призвести до однобокого сприйняття історії, ігноруючи решту складних та суперечливих фактів. Цей аспект може викликати суперечки у суспільстві та розколоти його на групи, що мають абсолютно протилежне бачення історичних подій або особистостей. Крім того, наслідки цього можуть проявити себе і у міжнародному суспільстві. Там образ Степана Бандери та націоналістичного руху ОУН в цілому може сприйматися ворожо, адже певним політичним силам вигідно звинувачувати Україну у радикалізмі та екстремізмі. Через такі наративи у міжнародних ЗМІ часто виникають складнощі у дипломатичних відносинах та зовнішньополітичних переговорах. Тому, знову наголошу на тому, що відповідальне ставлення до використання міфотехнологій – запорука успіху та надійності кампанії.

В українському культурному суспільстві, Степан Бандера представляється декількома основними архетипами. Вони, в свою чергу, дуже важливі для оцінки Бандери в історичному контексті та для сприйняття його як українським так і міжнародним суспільством в цілому.

Основним, провідним архетипом, що використовується у формуванні історичної особистості Степана Бандери є архетип Героя, а саме – його уточнена версія – Національного Героя. Цей архетип є символом незламної боротьби за незалежність та суверенітет нації. Він зміцнює образ особистості як лідера, що не боїться бути рішучим та діяти без вагань задля досягнення своєї мети і захисту національних інтересів. Саме діяльність та керівництво Степана Бандери в ОУН створило образ сміливого та непохитного лідера, що не боявся стати на захист своєї країни та народу навіть ціною власного життя.

Архетип Борця за Справедливість також активно використовувався у формуванні іміджу Бандери. Він представлений як безстрашний захисник українських інтересів, що боровся проти пригнічення українського народу та намагався вирвати Україну з-під контролю зовнішніх політичних сил. Цей міф зміцнює образ Бандери як героя, що жертвує особистим благом заради вищих національних цілей.

Міфологізація Бандери включає не тільки позитивні, але і контроверсійні аспекти його життя та діяльності. Наприклад, архетип Мученика підкреслює його страждання та жертвність, зокрема через ув'язнення та загибель, що підносить статус його особистості до майже міфічного рівня. Ці архетипи в сукупності формують комплексний образ Бандери як політичного і національного символу, викликаючи глибокі емоції та відгук у суспільстві.

Окрім негативних наслідків, використання міфотехнологій також дозволяє зберегти імідж Бандери актуальним у сучасних політичних та соціальних дискурсах України. Особливо це простежується у питаннях національної ідентичності та незалежності. Образ Бандери сьогодні використовується для виховання патріотизму та інструментом аргументації та підкріплення політичних рішень сьогодення, що може викликати як позитивні так і негативні реакції суспільства.

На жаль, постать Степана Бандери, як не дивно, лишається однією з найменш вивчених. З ростом актуальності його особистості та діяльності, все більше вчених взялися аналізувати його біографію та політичну діяльність. А поки ці дослідження лише шукають істину, факти, що не є достатньо розповсюдженими, заміщуються міфотехнологіями. Наприклад, в історично-журналістському дослідженні Степана Бандери телеканалу 1+1 звучить теза про те, що Степан Бандера є не діючою особою в історії розквіту українського націоналізму, а скоріше звичайний харизматичний «речник» національно-визвольного руху УПА. А поки немає ані спростування, ані підтвердження таких тез, їхні «пробіли» заповнюються міфотехнологіями, що створюють складний та

багатовимірний образ лідера, який символізує національну незалежність та опір української нації.

### Вплив на суспільство

Степан Бандера, як лідер ОУН, викликав широкий спектр суспільних реакцій — від надзвичайного захоплення до глибокої критики. Як вже було визначено вище, діяльність Бандери та міфи про його постать по сьогодні мають суттєвий вплив на українське суспільство. Сама біографія Степана, цитати його висловлювань та промов, ідеї та цілі сформували цілу національну ідентичність, а згодом і політичні наративи.

Завдяки тому, що Степан Бандера, лідер ОУН, став символом нескореності та боротьби за незалежність України, ці міфотехнології дозволили використовувати його образ для мобілізації народу під час важливих історичних моментів, особливо в контексті виборювання незалежності.

Проте, використання образу Степана Бандери як міфотехнології для підкріплення громадських або політичних кампаній, може мати не тільки позитивний, але й негативний вплив. Позитивним впливом є вже зазначена вище мобілізація суспільства та згуртування народу. Негативним же впливом, в свою чергу, є провокування поділів суспільства та конфліктів, в контексті, залежному від політичного контексту та інтерпретації його спадщини.

Цікавим проявом впливу Степана Бандери є вплив на міжнародну, а точніше - російську спільноту. Плодом демонізації Степана Бандери та використання міфотехнологій як інструмент чорного піару проти нього СРСР, у наступника союзу – росії з'явилася окрема психологічна конструкція, що відповідає за відношення росіян до українців та передається з покоління і покоління шляхом переказів тих самих міфів. Поняття «Бандерівщина» є абсолютно протилежним для росії та України, не лише в результаті різного сприйняття одних і тих самих фактів, але і через значну розбіжність цих самих фактів у історичних посібниках обох країн. І. Лосєв пояснює, що «бандеровець»

для російського народу транслюється як уособлення «анти-ідеалу» українця. [34] Такі «брудні» міфи пропагують наявність в Україні антисоціальних та агресивних прошарків населення – «українці-бандерівці» та доброзичливих і свідомих «українців-малоросів», «братського народу». Виходячи з цього, І. Лосєв вперше використовує у своїй роботі «Явище "Бандерофобії" в російській свідомості» саме поняття «Бандерофобія». [34] Пізніше інші політичні діячі та науковці почали використовувати цей термін для позначення вище описаного конструкту ментальності росіян. Наприклад, Олег Тягнибок, голова ВО «Свобода», пояснюючи причини та сутність цього конструкту казав «Бандерофобія – це не просто боязнь тіней минулого. Суть в іншому. Декого тяжко жахає те, що дух Бандери матеріалізується сьогодні.» [47] Це говорить про те, що росіяни глибоко усвідомлюють, яку силу та потенціал мають ідеї Степана Бандери і як під їхнім впливом український народ може повстати у боротьбі проти окупантів та узурпаторів.

#### Критика та сучасне сприйняття

Основною причиною критики Степана Бандери та ОУН в цілому, є звинувачення в етнічних чистках та інших насильницьких діях проти політичних опонентів та етнічних меншин. Як я вже зазначала вище, одною з основних ідей Бандери була «чиста українська нація», тож деякі ідеї та дії дійсно ввижалися надто імпульсивними та радикальними. Цікаво, що Степан Бандера був одним з небагатьох політичних діячів України, хто був прихильником «фанатично-ідеологічного» способу правління. За словами О. Ткачука, більшість наших політиків, під тиском сусідів, зокрема росії та Польщі, схиляються до похідної від панівного класу «компрадорської буржуазії». «Цей термін походить від іспанського слова *comprador* – покупець, тобто посередник між колонізаторами й автохтонним населенням.» - пояснює О.Ткачук у роботі «Бандерофобія росії і Польщі» (2010) [46]

Критика Бандери та ОУН зосереджується на звинуваченнях в етнічних чистках та інших насильницьких діях проти політичних опонентів та етнічних

меншин. Ці дії оцінюються як націоналістичні злочини проти людяності. З іншого боку, прихильники Бандери відзначають його як героя національно-визвольної боротьби, підкреслюючи його роль у спротиві радянському та нацистському режимам. Тож, де правда?

Щоб спростувати політичні міфи створені проти ОУН, О.Ткачук у своїй роботі «Бандерофобія росії і Польщі» (2010) цитує такі уривки з внутрішнього циркуляру ОУН:

1. "4-7,7.1941. Представники прибувших до Львова у великому числі відділів гештапа звернулися різними дорогами до українських кругів, щоб українці урядили триденний погром жидів..." "Замість уряджувати маніфестаційні похорони політв'язнів, помордованих більшовиками", – говорили вони, – "краще зробити велику відплатну акцію на жидах. Німецькі ані поліційні, ані військові не будуть в цьому перешкоджати..."

2. "Керівні чинники ОУН, довідавшись про те, подали до відома членам, що це є німецька провокація, щоби скомпрометувати українців погромами, щоби дати претекст німецькій поліції до втручання й "роблення порядку". І найважливіше – щоби відтягнути увагу й енергію українського загалу, від політичних проблем боротьби за державну самостійність – на слизьку дорогу анархії, злочинів і грабіжництва.

Уже 2-й Великий збір ОУН висказався рішуче проти будь-яких жидівських погромів. Такі тенденції засуджувались, як намагання окупантів відвертати увагу народних мас від корінних проблем визвольної боротьби.

В перші ж дні німецької окупації, ці постанови було реалізовано на практиці, забороняючи участь у погромах жидів, і протидіючи німецьким провокаціям.

Тільки завдяки рішучій позиції кадрів ОУН – не дійшло одразу по відходу більшовиків до масового вирізання жидів у Львові та в інших

українських містах, незважаючи на величезну хвилю обурення, яке викликало замордування більшовиками 80 тисяч українських політичних в'язнів, і незважаючи на численні провокації німецького гештапа, щоб кинути українців до вирізання жидів". [46]

Він також дуже акцентує на тому, що цей документ було видано не після завершення війни, а під час піку військових успіхів Німеччини.

## 2.2. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Махатми Ганді

### Історичний контекст

Махатма Ганді став однією з ключових фігур у боротьбі за незалежність Індії від британських колоністів. Він народився жовтня 1890 року в містечку Порбандар в Індії. При народженні батьки дали йому ім'я Мохандас Ганді, а все дитинство вдома його називали «Монія». Згодом Мохандас взяв ім'я «Махатма», що означає «велика душа», божество, надлюдина. Так називали й інших діячів, проте сьогодні воно майже повністю належить саме Ганді.

Ганді зростав у сім'ї середнього класу. Він був наймолодшим з шести дітей. Його батько, Карамчанд Ганді, не мав якісної освіти, проте завдяки своїм знанням та досвіду був гарним політичним діячем, а точніше – діваном (міністром) Порбандара, проте мав і недолік – поганий характер. Мати, Путлібай, була дуже віруючою, через що у сім'ї Ганді жорстко слідували релігії. Вона була мудрою жінкою, тому односельчани часто зверталися до неї за порадами. Батько Ганді любив Мохандаса найбільше з усіх дітей, адже він з раннього дитинства мав незвичайний розумовий склад і відповідно перспективу отримати гарну освіту та отримати престижну роботу. У Мохандаса майже не було друзів, а його головним інтересом були книги. В школі він був дуже старанним, але не любив заучувати матеріал, тому мав проблеми з Санскритом. Натомість, він мав успіхи в геометрії, адже вона вимагає мислення.

У книзі «The story of Ghandi» Rajkumari Shankar 1969, автор наводить два цікавих приклади того, як вперше проявлялося незвичайне мислення Ганді.

Коли Мохандаса цькували брати, він одразу біг жалітися до матері. Та, в свою чергу, питала, чому він не дає здачі. На що Мохандас задавав зустрічне питання – як мати може вчити його кривдити людей, і чому він в цілому має кривдити людей. [11]

Другий приклад пов'язаний з його єдиним другом Юкою. Юка був двірником і за місцевими правилами був недоторканим. Одного разу Мохандас взяв з дому цукерки і пішов до Юки. Той попросив не підходити до нього, адже він недоторканий. На що Мохандас взяв руки Юки та вклав у них цукерки. Мати Мохандаса побачила це у вікно, одразу позвала його додому та хотіла посварити, адже високим кастам хінді заборонено торкатися недоторканих. Проте, Мохандаса сказав, що не погоджується з матіррю і вважає, що Юка нічим не відрізняється від нього. Мати не знайшла заперечень та просто відправила його помитися та прочитати молитви.[11]

Ці історії з дитинства Махатми Ганді демонструють глибоке внутрішнє відчуття правди та справедливості, що завжди було частиною його способу мислення. Згодом воно стало основою його філософії та громадської діяльності. Відмова Махатми підкорятися традиційним кастовим обмеженням, навіть в юному віці, говорить про те, що він бачив проблему нерівності та жадав її позбутися. Подібні інциденти формували його характер. Тим самим, вони формували з юного сором'язливого Ганді величного лідера, що принесе глобальні зміни у світову політику. Саме такі моменти з дитинства стали натхненням до створення теорії сатьяграхи. Вона закликає боротися з несправедливістю, проте мирним шляхом.

Закінчивши навчання у школі, в 1888 році Ганді рушив до Лондона, отримувати юридичну освіту. Там він знаходить своє місце у Теософічному товаристві, що познайомило його з ідеями ахімси (ненасильства) та релігійної толерантності. Згодом цей досвід залишить відбиток на діяльності та ідеях, що просував Ганді.

По завершенню навчання, Ганді повертається до Індії і намагається розвиватися в юридичній сфері, проте не маючи успіху, вирішує їхати до Південної Африки. Там його кар'єра почала зростати, проте там він вперше зіткнувся з жорсткою релігійною дискримінацією проти індійських мігрантів. Це стало стартовою точкою його активістського руху проти дискримінації.

У 1915 році Ганді вертається до Індії та бере активну участь у національному русі за незалежність. Там він став лідером національного конгресу. Ганді проводить кампанії за права фермерів в Чампарані, Сольовий марш і закликає до бойкоту британських товарів. Це стає основною боротьби індійців за свободу від британських колонізаторів. [11]

### Основні ідеї та ідеології

Навіть більше ніж про політичні досягнення, світ знає Ганді за його унікальною філософією простого життя. Я хотіла б розглянути основні ідеї Ганді та соціальні й політичні рухи, що він очолював та цими ідеями підкріплював.

Основні проблеми Індії в контексті Британської колонізації Ганді описав у своєму листі «Кожному англійцю в Індії»: «Експлуатація ресурсів Індії на користь Великої Британії, постійно зростаючі військові витрати та державна служба, найдорожча у світі, екстравагантна робота кожного департаменту при повному ігноруванні бідності Індії, роззброєння та подальше вихолостиння цілої нації, щоб озброєна нація може поставити під загрозу життя жменьки вас серед нас, торгівля дурманними напоями та наркотиками з метою утримання високопосадовців, поступово репресивне законодавство, щоб придушити постійно зростаючу агітацію, яка прагне дати вираження до агонії нації, принизливого ставлення до індіанців, які проживають у ваших домініонах, і ви продемонстрували повну зневагу до наших почуттів, прославляючи адміністрацію Пенджабу та зневажаючи настрої мусульман.»[33]

Основою соціальної та політичної діяльності Махатми Ганді є участь та очолювання боротьби Індії за незалежність від британського колоніального

панування. Для того щоб боротьба не суперечила його поглядам на правильне світосприйняття, він розробив та активно застосовував стратегію сатьяграхи. Ця стратегія є концепцією ненасильницького опору, що передбачала масові акції громадянської непокори, економічні бойкоти, марші та інші мирні форми протесту. Однією з найвідоміших політичних кампаній Махатми Ганді була боротьба проти податку на сіль. Кульмінацією цієї боротьби був «Марш до моря» у 1930 році. А. Шарма, автор статті «Ненасильницький «рейд» Ганді під час Соляного маршу» каже «Цей ненасильницький «рейд» був видатною подією, як може передвіщати сама назва. Рейд зазвичай є актом насильства, але це мав бути ненасильницький «рейд». Але ненасильницький «рейдер» звучить майже як оксюморон. Що це може бути?». Пояснення причини соляного маршу А.Шарма виклав у книзі «Gandhi: A Spiritual Biography». Основною проблемою був податок на усю сіль. Ганді не використовував сіль вже протягом шести років на той момент, протей ого бентежив сам факт того, як британці обмежують права індійців на життєво-необхідний продукт. «Кожна людська істота потребує солі, і англійці монополюють на цьому. Як би неймовірно це не звучало, Ганді запропонував «повалити Імперію з дрібкою солі» - пише Шарма.[23]

Махатма Ганді зробив значний внесок у політику та конфліктологію створенням концепції сатьяграхи. Вона пропагує методи ненасильництва та правди у вирішенні соціальних та політичних питань. Томас Варкі у своєму науковому дослідженні «Міфи і значення сатьяграхи Махатми Ганді» стверджує, що сатьяграха, що перекладається з санскриту як «тримання за правду», стала як політичною, так і особистою стратегією протистояння несправедливості без застосування насильства, натомість – прагнучи до правди та соціальних реформ.

Унікальність погляду Ганді на сатьяграху була у тому, що він більше акцентував увагу безпосередньо на ненасильницьтві, як на засобі досягнення мети, ніж на самій кінцевій меті, себто досягненні правди і справедливості. Непохитна прихильність Ганді до ненасильства робить сатьяграху ідеалістичним варіантом протестів, навідріз від тих, що супроводжуються

силою. Проте через раптову смерть, Ганді не встиг повноцінно викласти свої ідеї на папері і ці призвело до виникнення непорозумінь та плутанини серед його послідовників. Таким чином сьогодні ми маємо декілька викривлених понять сатьяграхи.

Джа Р.Р. у своїй роботі розглядає кілька поширених уявлень про сатьяграху, що викривлюють її суть. Її можуть ототожнювати з будь-яким ненасильницьким опором владі або з будь-яким пасивним опором в цілому. Також іноді його помилково пов'язують з іншими концепціями Ганді, наприклад, з концепцією сарводая, що прагне добробуту всіх. Крім того частою причиною викривлення суті сатьяграхи пов'язане з самопрезентацією життя Ганді як експерименту з правдою. Через це люди вбачають у цій концепції лише пошук правди та слідування релігійним цінностям Ганді, наприклад вегетеріанства та неволодіння.[61]

Насправді ж, сатьяграха поєднує в собі два санскритські слова: «сатья» (правда) та «аграха» (тримання). Пошук правди Ганді ототожнював з пошуком Бога, а правда як явище представляло для нього синонім Бога. Сатьяграха включає три етапи: переконання за допомогою розуму, переконання через самостраждання і, за необхідності, ненасильницьку примусову дію, таку як ненасильницьке непокорення або громадянська непокора.

Ненасильство, або ахімса, є центральним для концепції сатьяграхи. Помилково вважати, що це означає лише відсутність насильства. Суть концепції в активній дії – відмові шкодити іншим. Ганді переосмислив ахімсу як любов, закликаючи до дій, що захищають навіть супротивника, підкреслюючи глибокий зв'язок між правдою і ненасильством. Ця нерозривність важлива для розуміння повного обсягу сатьяграхи, де правда є кінцевою метою, а ненасильство — засобом її досягнення.

Елемент сатьяграхи тапасья (самостраждання) передбачає добровільне прийняття страждати з ціллю морального переконання супротивника, замість

того, щоб використовувати для цього силу. Ця форма самопожертви не вважається знаком слабкості, але є потужним засобом протесту та переконання.

Отже, сатьяграха є прикладом того, як Ганді використовує міфотехнології для формування ідеалу ненасильства та правди, підкреслюючи глибокий зв'язок між цими концепціями. Її застосування в боротьбі за незалежність Індії демонструє, як ідеї Ганді мобілізували маси через архетип "Героя", що бореться за справедливість використовуючи виключно мирні засоби. Таким чином, сатьяграха стає не просто методом політичної боротьби, але й символом національної ідентичності, перетворюючи Ганді на втілення національного духу, що виступає проти несправедливості з любов'ю до всього живого та самопожертвою.

#### Міфотехнології та архетипи

Образ Махатми Ганді, його життя та вчення, стали символом мирного опору та ненасильницької боротьби за права і свободу. Архетипи та міфотехнології відіграють ключову роль у формуванні ідеологій та образів що Ганді транслиував у маси. Його ім'я стало синонімом мудрості, самопожертви та непохитної віри в силу духу. Образ Махатми Ганді втілює архетипи, що перевершують час та культуру. Його ідеології, засновані на принципах Сатьяграхи (сили правди) та Ахімси (ненасильства), стали фундаментом для багатьох рухів за громадянські права по всьому світу. Вони також відображають глибокі архетипічні образи, що знаходять відгук у серцях людей, незалежно від їхнього походження.

Вище я вже розглянула міфотехнології, що формували політичний імідж Ганді. Подальше дослідження архетипів, як частини міфотехнологій, відкриє для нас розуміння того, як такі історичні постаті як Махатма Ганді можуть бути перетворені на свого роду міфічних героїв або антигероїв у суспільній свідомості. Завдяки цьому ми бачимо, як ідеї та образи, що просуває особистість, стають важливими елементами національної ідентичності та політичної

стратегії. Тож, визначивши міфотехнології та архетипи, що формують імідж Махатми Ганді, ми побачимо як його образ сприймається в контексті різних часових проміжків, відповідно до політичного контексту обраного часового проміжку.

Основним архетипом, який втілює Махатма Ганді, є архетип Мудреця — символ, глибоко вкорінений у пошуках істини, знання та саморефлексії. Це підкреслює цінність розуміння мисленнєвих процесів за допомогою інтелекту та самоаналізу, щоб зрозуміти світ. Цей архетип знаходить яскравий вияв у життєвому виборі Ганді; він уникав матеріальних багатств заради простого життя, присвяченого служінню своєму народу з ненасильством (ахімса) та істиною (сатьяграха) як його керівними принципами, що трансливали мудрість, що походить від знання, переплетеного з почуттям відданості, відмови від егоїзму та здатності до вирішення конфліктів мирним шляхом. Імідж «мудреця» Ганді спонукало мільйони людей до дій для досягнення кращого світу — утверджуючи самого Ганді як втілення цього архетипу: символ мудрості, правди та глибокого розуміння людської природи. Архетип мудреця в образі Махатми Ганді підкреслюється у тому, що Ганді все життя прагнув до істини, постійно досліджуючи свої переконання та вчинки. Крім цього, він глибоко занурювався у свої думки та емоції, щоб краще зрозуміти себе та світ навколо. Простота Ганді, важливий аспект архетипу мудреця, проявлялася в тому, що він відмовився від матеріальних благ, щоб зосередитися на духовному розвитку та служінні іншим. Він вірив у силу ненасильницького опору та мирного вирішення конфліктів. Таким чином Ганді став джерелом мудрості та натхнення для мільйонів людей по всьому світу. Важливість архетипу мудреця Ганді полягає у тому, що він вчить нас цінності знання та самопізнання, продемонстрував, що справжня мудрість приходить через постійний пошук істини та розуміння себе. Ганді надихає нас на самовідданість та служіння іншим, поставив благополуччя свого народу вище за власні бажання та потреби. Він показує нам силу

ненасильницького опору, довів, що мирний протест може бути потужним інструментом для досягнення змін.

Не менш важливу роль у формуванні особистості Махатми Ганді як духовного і політичного лідера відіграв і архетип наставника. Замість простої мови, Ганді надавав перевагу поширювати свої ідеї та філософії за допомогою освіти та письма. Наприклад, у своїх ашрамах (релігійних ретритах) окрім проповідування сатьяграху та ахімсу як таких, ще й демонстрував, як інтегрувати ці ідеї у своє повсякденне життя через практику. У листі «Секретарю уряду Бомбея» Ганді описує Ашрму так: «Моїм першим конструктивним актом після повернення до Індії в 1915 році було заснування ашраму Сатьяграха з метою служіння Істині. Ув'язнені мають обітницю істини, ахімси, безшлюбності, контролю над смаком, бідності, безстрашності, усунення недоторканності, свадеші з Хаді в центрі, рівної поваги до всіх релігій і хліборобської праці. ... Його основними видами діяльності є:—виробництво хаді як сільська промисловість без допомоги механізованих машин, молочні продукти, сільське господарство, наукове збирання сміття та літературна освіта. Зараз в Ашрамі перебувають 107 ув'язнених (42 чоловіки, 31 жінка, 12 хлопчиків і 22 дівчинки). Це число не включає тих, хто перебуває у в'язниці, і тих, хто іншим чином займається за межами. До цього часу вона навчила майже 1000 осіб виготовленню хаді. Більшість із них, наскільки мені відомо, займаються корисною конструктивною роботою та чесно заробляють на існування.» [2]

Крім того, Ганді видавав широкий спектр публікацій, що слугували свого роду наочним посібником для його послідовників по всьому світу. Завдяки ним, послідовники могли вчитися не лише теорії, а й здобувати практичний досвід, що робило Ганді не лише духовним наставником, але й прагматичним лідером, що здатен навчати на своєму прикладі та надихати оточуючих.

Архетип героя Ганді втілює саме завдяки лідерству та активній участі у національно-визвольному русі за свободу Індії від Британії. Особливо образ героя-лідера проглядається у Соляному марші, що відбувся в 1930 році. Тоді

тисячі людей послідували за Ганді пішки на велику відстань, щоб видобути сіль. Це було актом – символом протесту індійського народу проти британських законів, що обмежували їхні права на виробництво та збір солі. Саме під час цього походу, ахімса (ідея ненасильництва) Ганді стала потужним інструментом та принципом боротьби з несправедливістю. Відповідно до ідеї, Ганді та його послідовники відмовилися від фізичної агресії і, натомість, застосовували пасивність як потужну зброю. Героїзм Ганді підкреслюють три характеристики його особистості та діяльності. По-перше – лідерство, адже Ганді зумів об'єднати мільйони людей під єдиним прапором боротьби за свободу. Його харизма, мужність та непохитна віра у свої ідеали надихали людей йти за ним. Друга характеристика – самопожертва, адже Ганді був готовий йти на будь-які жертви заради свободи своєї країни. У 1948 році Ганді оголосив «голодування до смерті», протестуючи проти кровопролиття між індуїстами та мусульманами. У своєму листі особистому секретарю віце-короля Містеру Меффі, Ганді писав: «Моїм мотивом є національна служба, і це також, якщо це відповідає гуманітарним вимогам. Я розумію, оскільки моя робота в Південній Африці вважалася гуманітарною, тому я був нагороджений золотою медаллю Кайсар-і-Хінд. До тих пір, поки мій гуманітарний мотив ставиться під сумнів, доти я не заслуговую медалі. Тому я прошу моїх людей повернути вам медаль, і я вважаю за честь отримати її назад, якщо її повернуть мені, коли мої мотиви більше не будуть сумніватися.»[32] Остання третя характеристика - сила переконань, адже Ганді вірив у ненасильницький метод опору та довів його ефективність. Він продемонстрував, що можна здобути перемогу без застосування сили, завдяки силі духу та єднанню людей. Ганді став світовим, зокрема Індійським героєм, адже здобув свободу для своєї країни. Ганді очолив національно-визвольний рух і зумів домогтися незалежності Індії від британського колоніального панування.

Також він надихнув мільйони людей, адже його приклад самопожертви та віри у свої ідеали надихнув людей по всьому світу боротися за справедливість та свободу. І на останок Ганді показав силу ненасильства, довів, що можна здобути

перемогу без застосування сили, завдяки силі духу, єднанню та ненасильницькому опору.

Ще одним архетипом Ганді є архетип мученика. Махатма Ганді – це не просто історична постать, це втілення справжньої самопожертви та непохитної віри у свої ідеали. Його життя – це шлях справжнього мученика, який не лише словом, а й ділом доводив свою правоту. Він боровся за справедливість мирними методами, використовуючи голодування як акт протесту. Ці голодування серйозно підривали його здоров'я, але він не здався. Окрім політичної боротьби, Ганді також вів аскетичний спосіб життя, відмовляючись від особистого комфорту. Він вірив, що справжній лідер має йти шляхом самопожертви. Всі ці жертви Ганді зробив заради однієї мети – соціальної справедливості. Його життя – це не лише приклад моральної сили, але й втілення образу справжнього лідера, готового йти на страждання заради великої мети.

#### Вплив на суспільство

Як мною вже було визначено вище, Махатма Ганді, завдяки своїм ідеям та філософіям ненасильництва і пасивного опору, став визначним лідером індійського руху за незалежність. Його дії не тільки мобілізували індійців на масову політичну активність, але й сприяли формуванню національної самосвідомості, перетворивши його на символ національної боротьби.

Значну роль у формуванні іміджу Ганді як визначної фігури в контексті руху за незалежність Індії та в цілому всесвітньо відомого проповідника, зіграли саме міфотехнології, що стали основоположним інструментом для згуртування прибічників Ганді та індійського народу в цілому. На думку знову спадає приклад Маршу солі, адже на ньому ми можемо прослідкувати, як міфи Ганді пов'язані з цією проблемою активізували масові соціальні дії та зміцнили національну ідентичність, представляючи Ганді символом боротьби за свободу. Ці події не лише мобілізували населення, але й підкріпили статус Ганді як лідера національного руху.

Вплив Ганді саме на народ Індії можна побачити і по сьогоднішній день. Саме він сформував у індіанців моральні цінності, що передаються з покоління в покоління і є непохитною філософією народу. Мова йде про підхід до вирішення політичних або інших конфліктів через мирні засоби. Ганді демонстрував, що досягти змін реально тоді, коли кожен індивід веде себе чесно та етично, що надихає на подальші дії на шляху до справедливості та рівності.

Якщо говорити трохи ширше, міфологічний образ Ганді зіграв значну роль в утвердженні національної ідентичності Індії. Проповідник став таким собі символом єдності та спільної боротьби, поєднавши у ній різні соціальні верстви індійського народу. Ідеали, що їх уособлював Ганді у своїх виступах за ненасильництво і справедливість, резонували з широкими масами населення і гуртували їх навколо спільної високої мети. Його лідерство у боротьбі за незалежність, за допомогою сатьяграхи, дало можливість людям різного походження відчувати себе часткою більшої національної спільноти, що сприяло подоланню культурних та регіональних розбіжностей. Така згуртованість зіграла ключову роль у формуванні єдиного фронту проти колоніального панування, зміцнюючи відчуття національної єдності та солідарності.

#### Критика та сучасне сприйняття

Філософія ненасильства Махатми Ганді мала глибокий вплив на світові рухи за права людини, особливо вплинувши на боротьбу за громадянські права у США. Мартін Лютер Кінг, визначний лідер цього руху, часто згадував Ганді як джерело натхнення для своєї тактики ненасильницького спротиву: «поки тривав бойкот Монтгомері, індійський Ганді був дороговказом нашої техніки ненасильницьких соціальних змін» - цитується у статті Б. Літл «How Martin Luther King Jr. Took Inspiration From Gandhi on Nonviolence». Кінг підкреслював, що ахімса та сатьяграха Ганді лягли в основу його підходів до боротьби за рівність і справедливість, ставши моральним фундаментом і стратегічним керівництвом для мирної боротьби, що перетворила Америку.[62]

Однак, окрім підтримки, Махатма Ганді, часто зазнавав і критики. Причин неоднозначного ставлення було декілька: його звинувачували у расизмі, засуджували його сексуальне життя та практики[69], і, звичайно, знаходилися навіть противники його мирних підходів до вирішення конфліктів.

Проблематика расизму в контексті особистості Махатми Ганді розкривається наступних фактах. По-перше, він називав темношкірих неетичними виразами – «кафр», «зулу» тощо. «На вечірці-пікніку європейські діти використовували індійських та кафрських хлопчиків як мішені» - Letter to the editor of The Times of India, 17.10.1896. [2] Важливо зазначити, що Ганді з часом змінив деякі зі своїх расових поглядів. Наприклад, він пізніше вибачився за використання терміну "кафри". Проте сіспільство вважає, що його вибачення не були щирими і що він так і відмовився від своїх расистських упереджень повністю. Крім того, у книзі «Speeches and Writings of Mahatma Ghandi», що є збірником письмен Махатми Ганді, можна нарахувати аж 17 згадок слова «кафр».

Його підходи до ненасильства та сатьяграхи, що здобули широке визнання за їхню ефективність у мирних протистояннях, іноді критикувались за надмірну пасивність. Ці критичні зауваження порушують питання про застосування його методів у більш насильницьких обставинах. Сучасне сприйняття Ганді неоднозначне: він вважається символом мирного опору, однак історики та критики вказують на ідеологічні протиріччя та обмеження його методів, що стимулює до глибшого аналізу його внеску в історію. Наприклад, Ганді звинувачували в тому, що він співпрацював з британською колоніальною владою в Південній Африці під час англо-бурської війни. сатьСам Ганді писав у листі «Кожному англійцю в Індії» таке: «На мою скромну думку, жоден індієць не співпрацював з британським урядом більше, ніж я, протягом безперервного періоду двадцяти дев'яти років громадського життя перед лицем обставин, які цілком могли перетворити будь-яку іншу людину на бунтаря. Я прошу вас повірити мені, коли я скажу вам, що моя співпраця не ґрунтувалася на страху

перед покараннями, передбаченими вашими законами, чи будь-яких інших егоїстичних мотивах. Це була вільна і добровільна співпраця, заснована на вірі в те, що вся діяльність британського уряду спрямована на користь Індії. Я чотири рази ризикував своїм життям заради Імперії: під час англо-бурської війни, коли я керував корпусом швидкої допомоги, про роботу якого згадувалося в донесеннях генерала Буллера, під час повстання зулу в Наталі. коли я керував подібним корпусом, на початку пізньої війни, коли я створив корпус швидкої допомоги і в результаті напружених тренувань отримав важкий напад плевриту, і, нарешті, на виконання своєї обіцянки Господу Челмсфорд на Військовій конференції в Делі, я взявся за таку активну кампанію вербування в окрузі Кайра, яка включала довгі та важкі марші, що в мене був напад дизентерії, який виявився майже смертельним.» [33]

Крім рухів за незалежність, Махатма Ганді глибоко вплинув на освіту в Індії, зосереджуючись на формуванні самоповаги та самостійності у молодих людей. Він підтримував практичну освіту, доступну для всіх верств населення, і заснував школи, де освіта поєднувалася з ручною працею. Це сприяло розвитку професійних навичок та культурного розуміння, підвищуючи загальну грамотність і готуючи кваліфіковані кадри для національного розвитку. Його освітні ініціативи вплинули на підвищення освітнього рівня в країні, формуючи нове покоління індійських лідерів та професіоналів.

Існують також твердження, що він проводив сумнівні "експерименти з цнотливістю", залучаючи молодих жінок до спільного перебування в ліжку. Такі дії викликали суспільне обурення і змусили багатьох переосмислити його імідж морального лідера. Ці складні аспекти його життя вносять певну двозначність у його спадщину, показуючи, що навіть великі лідери можуть мати свої вади та складності. Крім того, у своїй книзі «Сатьяграха» Ганді описує ще один схожий експеримент на фермі ім. Толстого: «Мій експеримент був такий. Я посилав хлопців, у яких була репутація неслухняних, та невинних молодих дівчат купатися водночас в одному місці. Я перед тим повністю пояснив обов'язок

стримуватися дітям, з яких усі були знайомі з моїм вченням сатьяграхи. .... Тепер я бачу, що тільки Бог оберігав честь цих хлопців і дівчат. Я провів цей експеримент, вірячи, що хлопці та дівчата можуть жити таким чином разом без шкоди, а батьки зі своєю безмежною вірою в мене дозволили мені його провести.»[63]

На вебсайті Listverse описані 10 суперечливих моментів з життя Махатми Ганді, включно з його стосунками з Германом Калленбахом, які деякі інтерпретують як свідчення його нетрадиційної сексуальної орієнтації.[21] Вони мали близьке спілкування, яке Ганді описував у своїх листах з глибокою емоційною прив'язаністю, що викликало дискусії серед дослідників та критиків щодо природи їхніх відносин. Відносини Махатми Ганді з Германом Калленбахом, які інколи інтерпретуються як вказівка на його нетрадиційну сексуальну орієнтацію, серйозно впливають на його загальний імідж. Автор статті цитує листування Ганді та Калленбаха: «Листи Ганді до Калленбаха містили такі висловлювання, як «Моя дорога нижня палата», звернені до Калленбаха, і були підписані «Гріх ваш, верхня палата».[21] Такі особисті деталі життя відомих людей часто використовуються для створення міфів, які можуть надихати або об'єднувати суспільство. Дискусії навколо цих моментів його життя можуть вести до переосмислення загальноприйнятого образу Ганді, розкриваючи складнощі його особистості та стимулюючи нові погляди на його філософію та методи.

Махатма Ганді також мав складні стосунки в особистому житті з дружиною Кастурбою. Їхня взаємодія виявляла його суворі аскетичні погляди, що іноді піддавали сумніву його ставлення до рівності в сімейних стосунках. Ці особисті вибори Ганді створювали контраст між його публічним іміджем як морального лідера та його приватним життям, що могло викликати занепокоєння. Такі суперечності спонукали до глибшого переосмислення його спадщини, показуючи складність його особистості та вплив на суспільні цінності. Також існують критичні твердження про патріархальне ставлення

Ганді до жінок. Ось так пише Ганді у листі до Каструби Ганді: «Я знаю, що ти хочеш залишитися зі мною. Однак я відчуваю, що ми повинні продовжувати виконувати свої завдання. Зараз це правильно, щоб ви залишалися там, де ви є. Якщо ви будете дивитися на всіх тамтешніх дітей, як на своїх, дуже скоро ви перестанете відчувати відсутність останніх. ... Ви повинні спілкуватися з Нірмалою на корисні теми, тобто про релігійні питання тощо. Ви можете попросити її прочитати вам Бгагават<sup>1</sup>. Їй навіть річ буде цікава. Якщо ви таким чином будете зайняті служінням іншим, повірте, ваш розум завжди буде сповнений радості. І ви не повинні упускати піклуватися про їжу пенджабхаї та інші вимоги.»[64]

Махатма Ганді, хоч і вшанований як символ миру та рівності, зіткнувся з критикою щодо свого ставлення до мусульман та кастової системи в Індії. Його імідж як всеохопного лідера був поставлений під сумнів через сприйняття недостатньої підтримки мусульманських спільнот та відсутності рішучих дій проти кастових упереджень. Ці звинувачення вплинули на його сприйняття в певних групах, змушуючи переосмислити його роль як лідера, який зміг об'єднати всю націю. Використання міфотехнологій могло сприяти підняттю його іміджу, але також і затемнювати складність його взаємодій з різними релігійними та соціальними групами. Натомість, маємо згадати описаний у розділі біографії момент, коли Ганді, ще будучи дитиною, був проти розділення людей на касты, завівши дружбу з недоторканим хлопчиком. Більше того, у 1932 році Ганді навіть влаштував голодування-протест проти розділення індійців на касты. «У березні боротьба вступила в нову фазу. Ганді завжди наполягав на тому, що недоторканні були частиною індуїстів і до них треба ставитися як до індуїстів. Однак було оголошено, що британці пропонують організувати роздільне голосування для недоторканих. Це означало, що недоторкані могли голосувати лише за членів своєї касты.»[11]

Махатма Ганді, також мав певні спірні погляди на сучасну цивілізацію. Він критикував універсалізм і прагнення до контролю над світом, вважаючи їх

проявами деспотизму. Це відображення його критичного ставлення до імперіалізму і колоніалізму часто використовується як елемент міфотехнологій, що підкреслює його образ як духовного лідера, який стоїть за справжньою свободою і незалежністю, не тільки політичною, але й культурною. Ці погляди на сучасну цивілізацію допомагають збагнути його інтелектуальну спадщину і її вплив на сучасне суспільство. У своїй книзі «Сатьяграха» Ганді писав: «Власне, Імперія не може уникнути відповідальності навіть за законодавство колоній, які мають відповідальний уряд. Навіть такі колонії зобов'язані приймати основоположні принципи Британської Конституції. Наприклад, жодна з таких колоній не може відновити інститут узаконеного рабства.» [63]

### 2.3. Міфотехнології у формуванні політичного іміджу Нельсона Мандела

#### Історичний контекст

Нельсон Мандела це південноафриканський революціонер, політик та філантроп, який 27 років провів у в'язниці за боротьбу з апартеїдом, а потім став першим темношкірим президентом країни з 1994 по 1999 рік. Його уряд зосередився на позбутті від спадщини апартеїду, боротьбі з інституційним расизмом та сприянні расовому примиренню. Ідеологічно африканський націоналіст і соціаліст, він був президентом Африканського національного конгресу (АНК) з 1991 по 1997 рік.

Нельсон Роліхлахла Мандела народився 18 липня 1918 року в Мвезо, на сході Капської провінції Південної Африки, в сім'ї вождя Тембу Гадла Генрі Мпаканьїсви. Він був наймолодшим із чотирьох дітей, другої із чотирьох дружин свого батька. Батько Мандели помер, коли йому було дев'ять років, тому надалі його виховував регент племені.

Мандела відвідував початкову школу в Мвезо, а потім середню школу в Кларксбері. У 1939 році він вступив до Університету Форт-Гейр, щоб вивчати право, але був виключений за участь у студентському страйку. У своїй автобіографії «Довгий шлях до свободи», Мандела розповів, що причиною

студентського страйку проти виборів до ради студентських представників була недостатня кількість вповноважень у ради, натомість, вона була у повному підпорядкуванні адміністрації університету, через що не могла стати вагомим важелем у вирішенні нагальних проблем студентів: «Згідно зі Статутом Університету Форт-Гейр, усі студенти обирали до складу Ради студентських представників шістьох членів. Незадовго до виборів було проведено загальностудентські збори, щоб обговорити проблеми і висловити наші претензії. ... усі погодилися, що необхідно розширити повноваження Ради, щоб вона перестала бути маріонетковим бюрократичним додатком адміністрації Університету. ... відбулися вибори до Ради студентських представників. Переважна більшість студентів бойкотувала їх, але двадцять п'ять учнів прийшли на ці умовні вибори та обрали шість членів Ради, одним із яких був я.» [17] Тоді група з шести обраних студентів передала лист-заяву про відставку ректору О. Керру, на що ректор назначив нові вибори, які мали той самий успіх як і попередні. Тоді Мандела знову подав у відставку і був викликаний до ректора, де йому поставили ультиматум – або прийняти пост члена Ради, або бути відрахованим. Мандела після довгих роздумів наважився на відрахування, проте отримав пропозицію від ректора повернутися через рік, але за умови прийняття посту члена ради. Пізніше він закінчив юридичну освіту в Університеті Вітватерсранду в Йоганнесбурзі, паралельно отримавши можливість стати клерком у успішного білого юриста Лазаря Сідельського, щоб згодом, отримавши ступінь бакалавра, стати його практикантом.

Мандела приєднався до Африканського національного конгресу (АНК) у 1944 році, ставши активним учасником боротьби з апартеїдом. «Фактичне формування Молодіжної ліги АНК відбулося у Великодню неділю 1944 року ... Це була група обраних, свого роду еліта, багато хто з нас був випускником Форт-Гейру». Мандела був одним із засновників Umkhonto we Sizwe ("Спис нації"), збройного крила АНК, у 1961 році. «Як назву нашої нової структури ми обрали «Умконто ве сізве» («Спис нації»). На символі списа ми вирішили зупинитися

тому, що з цією простою зброєю в руках африканці століттями чинили опір вторгненням білих.» [17] У 1962 році Манделу було заарештовано та засуджено до п'яти років ув'язнення за саботаж – повернення в Йоханесбург. Він порушив заборону на виїзд з його рідного міста, яке було накладено на нього як частину його обмежень за державну зраду.

У 1964 році, під час судового процесу в Рівонії, Мандела та інші обвинувачені були засуджені до довічного ув'язнення за змову з метою повалення уряду. «На моїй картці було написано «Н. Мандела 466/64», що означало, що я був 466 ув'язненим, доставленим на острів у 1964 році. Мені було сорок шість років, я був політичним ув'язненим, який відбував свій довічний термін, і ця тісна одиночна камера мала стати моїм будинком на невизначено тривалий термін». Манделу було ув'язнено на острові Роббен протягом 18 років, а потім переведено до в'язниці Віктор Верстер, де він провів ще шість років. Проте це не було звичайною в'язницею, Мандела описує свій приїзд туди так: «В'язниця суворого режиму «Віктор Верстер» розташована у чудовому старовинному бурському містечку Паарл, за тридцять п'ять миль на північний схід від Кейптауна, у виноробному регіоні Капської провінції. Ця в'язниця мала репутацію зразкового пенітенціарного закладу. Ми проїхали через усю в'язницю, а потім звивистою ґрунтовою дорогою через досить дику лісисто місцевість – до тильної частини її території. Зрештою ми опинилися біля ізольованого побіленого одноповерхового котеджу, розташованого за бетонною стіною та затіненого високими ялинками. Майор Марс провів мене в цей котедж і знайшов простору вітальню поруч із великою кухнею та ще більшу спальню в задній частині котеджу. Приміщення було мізерно, але затишно обставлене. ... Наступного ранку я оглянув своє нове житло і виявив басейн на задньому дворі і дві менші спальні. ... В той день мене відвідав Кобі Коетсі ... Він заявив, що котедж у в'язниці «Віктор Верстер» - це моя остання оселя перед тим, як я стану вільною людиною. Моє переведення сюди він пояснив тим, що тут я міг би проводити дискусії на самоті та комфорті.» [17]

Навіть у в'язниці Мандела не втрачав лідерських позицій. Він надихав та керував АНК з камери, перетворившись на символ опору апартеїду. Його звільнення 1990 року стало поворотним моментом в історії Південної Африки.

Під міжнародним тиском уряд Південної Африки звільнив Манделу 11 лютого 1990 року. «2 лютого 1990 року Фредерік де Клерк виступив перед парламентом із традиційною вступною промовою. Це була знаменна подія, оскільки він зробив те, чого ніколи не робив жодний інший голова південноафриканської держави: він почав руйнувати систему апартеїду та закладати основу для демократичної Південної Африки. ... президент країни оголосив про легалізацію Африканського національного конгресу, ... про звільнення політичних ув'язнених, засуджених за ненасильницьку діяльність...»[17] Після цього Мандела продовжив переговори з урядом про мирне завершення апартеїду. У 1993 році Мандела та президент Південної Африки Фредерік Віллем де Клерк спільно отримали Нобелівську премію миру за їхню роботу.

На повністю представницьких демократичних виборах 1994 року Манделу було обрано президентом Південної Африки. Він став першим чорношкірим головою держави країни та першою людиною, обраною на повністю представницьких виборах.

Президентство Мандели було зосереджено на знищенні спадщини апартеїду. Він запровадив політику, спрямовану на боротьбу з інституційним расизмом, сприяння расовому примиренню та стимулювання економічного розвитку. Він також заснував Комісію з правди та примирення, щоб розслідувати порушення прав людини, скоєні під час апартеїду.

Мандела пішов з посади президента у 1999 році, але продовжував залишатися активною фігурою в публічному житті. Він працював над низкою глобальних проблем, включаючи бідність, ВІЛ/СНІД та мир.

Нельсон Мандела помер 5 грудня 2013 року у своєму будинку в Йоганнесбурзі внаслідок респіраторної інфекції, ускладненої раком легенів. Йому було 95 років. Його смерть оплакували люди у всьому світі. Президент ПАР Джейкоб Зума сповістив світ про смерть Мандели словами «Наша нація втратила великого сина».

Мандела залишається однією з найвідоміших та шанованих особистостей 20 століття. Він був символом свободи, справедливості та примирення, і його спадщина й далі надихає людей у всьому світі.

Вплив Нельсона Мандели на Південну Африку та світ важко переоцінити. Він згадується як глобальна ікона, чиє життя та вчення й далі надихають людей у всьому світі. Його ім'я пов'язане з боротьбою за свободу, справедливість та рівність. Його спадщина слугує нагадуванням про те, що кожна людина має право на гідне життя та що ми всі можемо змінити світ на краще.

Мандела, будучи лідером Африканського національного конгресу (АНК), прагнув до расового примирення та єднання після падіння апартеїду. Він закликав до прощення та відмови від помсти, роблячи акцент на спільній роботі для побудови нового, справедливого суспільства.

Однак, деякі критики вважають, що його політика примирення не передбачала адекватної відповідальності за злочини апартеїду, що призвело до почуття несправедливості та незадоволення серед білого населення. Також існує думка, що Мандела не приділив достатньо уваги системним проблемам расизму та економічної нерівності, які й далі існували після апартеїду, що призвело до постійної напруги між расами.

Перехід від апартеїду до демократії супроводжувався значними економічними потрясіннями. Деякі білі південноафриканці втратили роботу та відчули себе економічно незахищеними, що призвело до страху та непевності.

Існує думка, що політика Мандели, спрямована на розширення прав і можливостей чорношкірого населення, не врахувала економічні інтереси білого

населення, що посилює расові поділи. З іншого боку, прихильники Манделі зазначають, що економічні проблеми були спадщиною апартеїду, і що політика Манделі, спрямована на подолання нерівності, потребувала часу та зусиль.

Африканський національний конгрес (АНК), партія, яку очолював Мандела, залишається домінуючою політичною силою в Південній Африці.

Також існує думка, що АНК став корумпованим та неефективним, що призвело до розчарування та зневіри серед населення. Прихильники АНК стверджують, що партія зробила значний прогрес у подоланні спадщини апартеїду, але й далі стикається з численними викликами, пов'язаними з бідністю, нерівністю та злочинністю.

Нельсон Мандела - це складна та суперечлива фігура, чий вплив на Південну Африку та Африку в цілому й далі обговорюється. Його спадщина слугує нагадуванням про складні виклики, з якими стикається суспільство, що переходить від авторитарного правління до демократії, а також про важливість примирення, єднання та подолання системної нерівності.

#### Міфотехнології та архетипи

Нельсон Мандела - «ікона» боротьби з апартеїдом та перший чорношкірий президент Південної Африки. Міфотехнології та архетипи є невід'ємними, провідними елементами політичної діяльності Нельсона Манделі, «ікони» боротьби з апартеїдом та першого чорношкірого президента Південної Африки, як лідера національно-визвольного руху. Вони формувалися для мобілізації національного духу у темношкірих народів для подальшої боротьби з апартеїдом та виборюванню свободи.

Розглянемо міфотехнологію на предметі архетипізації образу Нельсона Манделі відповідно до нагальних потреб конкретних часових проміжків та контекстів. Розглянемо архетипи пророка, мученика, визволителя, мудрого старця, батька нації та героя.

Провідним по життю Мандела є архетип пророка. Використовуючи цей образ, він наче вів народ до свободи, будь то його однокурсники в університеті або ціла Африка. Його ораторські здібності, харизма та стійкість надихали людей і давали їм віру в майбутнє.

Для розгляду Мандела під таким кутом, звернемося до описаної вище біографії лідера. Його пророчий образ частково ґрунтується на його особистості, риториці та символіці, а також на сприйнятті його прихильниками. Важливо згадати, як він влаштував страйк в університеті, а також ще підлітком вступив у молодіжний корпус АНК. Не упустимо і той факт, що попередньо довічне ув'язнення, і, тим паче, фактичні 27 років проведені у місцях позбалення волі не зламали Манделу. Навпаки, перебуваючи у в'язниці, він здобув повагу як мудрий лідер і натхненник спів'язнів, а також заручився підтримкою міжнародної спільноти. «Ван Ренсбург був злісний і мстивий як у великому, так і в малому. Коли на вапняковий кар'єр доставляли наш обід і ми сідали їсти (тепер ми мали простий дерев'яний стіл), Ван Ренсбург неминуче вибирав цей момент, щоб помочитися поблизу нас. ... Ми подали протест до тюремної адміністрації проти такої практики» [17] - один з багатьох прикладів невпинної боротьби за свій народ навіть у неволі.

Крім того, Мандела володів даром красномовства. Його виступи завжди розпалювали в аудиторії жагу до дії. У своїй автобіографії Мандела так пише про одну зі своїх перших промов: «Якщо мій виступ, під час якого я закликав до стратегії повної самостійності з боку АНК, був зустрінутий досить прохолодно, то моя мова, яку я виголосив як національний президент Молодіжної ліги АНК і під час якої пообіцяв повну підтримку з боку Ліги нової політики співробітництва викликала оглушливі овації.» [17] Ще одною цікавою цитатою з автобіографії, з якої можна зрозуміти впливовість промов Мандела є наступна: «Я читав свою промову понад чотири години. Була вже п'ята година, тим часом суд зазвичай оголошував перерву. Однак цього разу суддя Куарт де Вет, як тільки в залі запанував порядок, попросив викликати наступного свідка. Тим

самим він прагнув применшити вплив моєї мови на присутніх на процесі. Він не хотів, щоб я виявився цього дня єдиним, хто виступав. Проте всі його зусилля були марними. Моя мова набула широкого розголосу внаслідок публікацій про неї як у місцевих, так і зарубіжних засобах масової інформації, а газета «Ренд Дейлі Мейл» надрукувала її на своїх сторінках практично повну (і це при тому, що публікувати мої виступи було заборонено). Вона позначила нашу лінію захисту та водночас обеззброїла бік звинувачення, що вибудував свою тактику, виходячи з припущення, що я даватиму свідчення, в яких спробую зняти з себе відповідальність за підривну діяльність.» [17]

Після звільнення з 27-річного ув'язнення у 1990 році, Мандела зосередився та примиренні та єднанні країни, що була розділена апартеїдом. Вже у 1994 році Нельсона Манделу було обрано першим президентом Південно-Африканської республіки. «З того моменту, як були отримані результати і стало очевидним, що Африканський національний конгрес повинен сформувати уряд, я бачив свою місію в тому, щоб агітувати за примирення, наголошувати на необхідності невідкладного вирішення проблем, що стояли перед країною, на основі довіри між усіма її громадянами.» [17] Відповідно до цих слів з його автобіографії ми можемо зробити висновок, що проведений у неволі час не зламав Манделу, ба більше звідти він не втрачав хід історії та цікавився питанням апартеїду та інших проблем його народу і шукав в собі вирішення цих проблем. У своїх роздумах про посаду президента у контексті досягнення свободи народом Африки, він також додає: «Вийшовши з в'язниці, я бачив свою місію в тому, щоб звільнити як пригноблених, так і гнобителів. Багато хто стверджує, що тепер цю місію вже виконано, проте я знаю, що це не так. Істина полягає в тому, що ми поки що не можемо вважати себе вільними, ми лише домоглися собі свободи бути вільними, завоювали собі право не бути пригнобленими. Це зовсім не останній крок нашої дороги, а лише перший крок на ще довшому і важчому шляху. Бо бути вільним – це означає не лише скинути з себе ланцюги, а й жити так, щоби поважати і розширювати свободу інших.

Справжнє випробування нашої відданості свободі ще тільки починається.» [17]  
Тобто ідея свободи Манделі була набагато глибшою, вищою ніж те, чого він та його прибічники змогли досягти на той момент. Таким чином, Мандела залишається іконою боротьби за свободу та рівність, та навіть після своєї смерті залишається такою і на сьогоднішній день: його життя та вчення надихають людей у всьому світі й надалі боротися за справедливість та людську гідність.

Важливо також згадати той факт, що журналісти, дослідники та онлайн ком'юніті у своїх роботах не рідко порівнюють Манделу з пророками та біблійними фігурами, такими як Мойсей. Це можна прослідкувати по заголовках підкастів, статей або знайти у наукових роботах різного рівня.

Нельсон Мандела використовував релігійну символіку та риторику у своїх промовах з ціллю надихнути аудиторію, створити єдність у народі та підкреслити моральні цінності, що він закладав в основу своєї боротьби за свободу та рівність африканського народу.

Наостанок, у підтвердження тези про міфотехнологію, архетип пророка Нельсона Манделі є той факт, що він використовував релігійну символіку та риторику у своїх промовах та виступах. Наприклад, під час своєї інавгураційної промови Мандела сказав: «Ви - благословенне Боже дитя, і тільки ваше удавання, прагнення бути маленьким не дає вам почати істинно служити світу. Немає нічого просвітленого в тому, щоб зіщулюватися до такої міри, щоб інші навколо вас не відчували себе в небезпеці. Ми народжені для того, щоб проявляти Божу славу всередині нас.» [17]

Другою міфотехнологією Нельсона Манделі є архетип мученика. Дослідивши автобіографію Нельсона Манделі, можна прослідкувати регулярні ув'язнення, тортури, знущання як з Нельсона Манделі особисто, так і з його прибічників. За 27 років у в'язниці, крім роздумів про свободу та лідерства у спільноті ув'язнених на страйках за права та потреби, Нельсон Мандела пережив і набагато темніші сторінки свого життя: утиски, погрози, знущання. Манделу

утримували в жахливих умовах на острові Роббен, де він був змушений жити в тісній камері, виконувати важку ручну працю та терпіти жахливу антисанітарію. Так Мандела описує перші години на острові Роббен: «Нас зустріла група білих наглядачів міцної статури, які кричали нам: «Dis die Eiland! Hier gaan julle vrek!» («Це і є Острів! Тут усі ви здохнете!») ... Обстановка була надзвичайно напруженою. Високий краснолиций наглядач крикнув нам: «Hier is ek jou baas» («Тут я бос!») Це був один із сумнозвісних братів Клейнханс, відомих своєю крайньою жорстокістю по відношенню до ув'язнених» [17]

Цікавим підтвердженням архетипу мученика в іміджі Нельсона Мандели є і такі слова Мандели з його автобіографії: «Того ж вечора, обговоривши це питання між собою, ми разом з Уолтером Сісулу і Гованом Мбекі повідомили своїм адвокатам, що які б вирокі нам не були винесені, включаючи смертний вирок, ми не будемо їх оскаржувати». [17] Це відображає безвідмовну відданість ідеї та виражає відповідальність Мандели перед своїми послідовниками.

Також, у перші дні ув'язнення, Нельсона Манделу, Стівена Тефу, Джона Гаєтсью та Аарона Молета (усі вони – політв'язні і були в один день переведені на острів Роббен з в'язниці Преторія) тримали у зачиненій камері. Проте, маючи вікно та вид на інших ув'язнених, вони розуміли, що решта в'язнів виходить з камер на роботи, поки вони сидять без діла. Ось як про це пише Мандела у своїй автобіографії: «Перші кілька днів нас тримали під замком у нашій камері, не дозволяючи покидати її. Ми вимагали, щоби нас відправили на роботи, як і інших в'язнів. Незабаром наша вимога була задоволена, але нас вивели на роботи самих під наглядом Клейнханса». [17] Тобто до Мандели та його співкамерників політв'язнів було певне особливо негативне ставлення, що проявлялося утисками та знущаннями.

Крім цього, Мандела був позбавлений приватного життя, контакту з сім'єю та друзями, а також можливості займатися багатьма аспектами свого життя, які він вважав важливими. Мандела не міг контактувати з сім'єю, більш того, його сім'я також не мала актуальної інформації навіть про місце утримання Нельсона

Мандели, це стає зрозумілим з таких слів у його автобіографії: «Потім він повідомив мені новини про мою Дружину. У газетах Йоганнесбурга було надруковано, що вона приїжджала відвідати мене у в'язниці Преторія Локал, проте їй не повідомили про те, що мене перевели до в'язниці на острові Роббен.» [17]

Третьою міфотехнологією я хотіла б виділити архетип визволителя. Після звільнення з в'язниці, Нельсон Мандела став новим променем надії та віри у настання кращих часів для народу Південної Африки. Ставши президентом країни, він остаточно знищив апартеїд темношкірих та створив умови для покарання причетних до нього, організувавши у 2000 році, спільно з Десмондом Туту, Комісію з прав та свободи, де жертви апартеїди могли заявити про знущання, що вони зазнали. «TRC описала порушення прав людини в Південній Африці між 1960 і 1994 роками через свідчення жертв і злочинців. Слухання проходили в меріях, громадських центрах і церквах по всій країні. «Слухання щодо порушень прав людини, які розпочалися молитвою та супроводжувалися співом гімнів, відображали спробу комісії та країни відновити честь і гідність жертв і тих, хто вижив, надаючи їм платформу для розповіді своїх дуже емоційних історій» - так описують Комісію правди і свободи в одноіменній статті *The Effectiveness of South Africa's Truth and Reconciliation Commission*, by Jay A. Vora and Erika Vora. [66]

Якщо розглядати більш класичні архетипи, спершу звернемо увагу на архетим мудрого старця, що супроводжував Нельсона Манделу протягом усього життя. Не рідко Нельсон Мандела та Махатма Ганді розглядаються у публіцистичних та наукових статтях і роботах як суміжні особистості. Їх аналізують у порівнянні та в асоціаціях. Мандела протягом свого життя накопичив великий досвід та знання, що й по сьогоднішній день цінуються як в Південній Африці, так і по всьому світі. Автобіографія Нельсона Мандели «Довгий шлях до свободи» була перекладена багатьма мовами і стала всесвітнім бестселлером, на ряду з декількома іншими його книгами. Саме у рецензії до

його автобіографічного видання, Стівен Ангбулу пише: «З точки зору читача, розповіді Нельсона Мандела про його молодість, шлях до активної діяльності, його ув'язнення та остаточну подорож до президента викликають сильні почуття співпереживання; для тих хто знає. Судячи з усіх ознак, Мандела був комфортним практикуючим юристом, у якого багато чого йшло добре. І тому його боротьба за справедливість і свободу навряд чи була пошуком слави та актуальності. Але глибоко вкорінене занепокоєння скрутним становищем його народу та майбутніх поколінь. Причина, чому Манделу так шанують і люблять лідери в усьому світі, полягає в тому, що те, що він зробив для південноафриканців, він міг би зробити для будь-якої іншої країни; якби він був громадянином. Його боротьба була за гідність людського життя. З сьогоденної точки зору Манделу завжди пам'ятають як людину, яка боролася проти гноблення та експлуатації Африки.»[70]

Наостанок, розглянемо не менш важливі в аналізі персони Нельсона Мандела архетипи Батька нації та Героя. Ці два архетипи тісно пов'язані, та своїми підкріпленнями переплітаються з вже описаними вище фактами. Тут зіграла роль його непохитна віра у досягнення свободи народом Африки від апартеїду, участь у АНК та національно-визвольному русі в цілому, надихаючі промови та самопожертви. Крім того, роль грає також становлення демократії та налагодження економіки Південної Африки, коли Мандела зайняв пост президента.

Отже, проаналізувавши міфотехнології та архетипи Нельсона Мандела, можна зробити висновок, що він вміло використовував їх для створення тісного емоційного зв'язку зі своєю аудиторією. Він надихав людство промовами та символами, що він використовував у творенні політичних міфів для мобілізації народу до боротьби за свою свободу та рівність. Це один з основних факторів чому та як Нельсон Мандела став потужною політичною фігурою. Мандела усвідомлював силу міфів та легенд у формуванні колективної свідомості.

Він використовував їх для формування позитивного іміджу себе та своєї партії, АНК. Ця політична стратегія була заснована на принципах єднання, прощення та примирення, що в свою чергу відповідає архетипу мудрого старця та батька нації. Тому я б хотіла розглянути ще і використання міфотехнологій для мобілізації народу Африканським національним конгресом протягом своєї боротьби з апартеїдом. Всього ми розглянемо 4 міфи та символи.

Перший міф АНК був про спільне походження. Вони позиціонували себе як рух, що є представником усього темношкірого південноафриканського населення, і свого роду їхнім поєднуючим під спільним прапором та історією фактором. Сам міф про спільне походження підкреслював єдність темношкірого населення, його спільні цілі та мотивував їх боротися за спільне майбутнє.

Міф про героїв та мучеників АНК просував за допомогою історій, відповідно, героїв та мучеників, що загинули або постраждали в боротьбі з апартеїдом. Ці історії стали символами незламності та віри в справедливість та надихали інших до самовідданості та активної участі в русі.

Ще одним міфом АНК був міф про обіцяну землю. Вони створювали образ вільної та демократичної Південної Африки, де не залежно від раси та релігії, усі люди були б рівні. Саме цей міф був променем надії для темношкірого населення Південної Африки та мотивував їх до боротьби за свободу та рівність.

Також було створено міф про справедливість та відплату. АНК зображав апартеїд як систему жорстокої несправедливості та расової дискримінації. У такий спосіб АНК підживлювали гнів та обурення чорношкірого населення. Вони мобілізували їхню мотивацію до повалення режиму та досягнення рівності.

Окрім міфів, Африканський національний конгрес (АНК) використовував потужні символи та ритуали, щоб мобілізувати темношкіре населення Південної Африки до єднання та дій. Ці символи та ритуали відіграли важливу роль у боротьбі проти апартеїду та згуртуванні людей за спільну мету. Зелений, чорний та жовтий прапор АНК став символом опору та єднання для темношкірого

населення. Кожен колір мав символічне значення: зелений - земля, чорний - народ, жовтий - золото та багатство країни. "Nkosi Sikelele iAfrika" ("Боже, благослови Африку") став потужним об'єднуючим символом. Його співали на мітингах, демонстраціях та інших заходах, щоб підкреслити спільну ідентичність та прагнення до свободи.

В результаті такої продуманої кампанії з використанням міфотехнологій, успіх АНК виявився більш ніж ефективним. Головним фактором стало єднання та почуття віри у перемогу. Отже, ми можемо зробити висновок, що АНК є чудовим прикладом, як міфотехнології можуть стати потужним політичним інструментом для мобілізації народу та досягненні політичних цілей, підкріплюючи міфи певними символами, історіями та ритуалами для формування колективної свідомості та стимулювання дій.

Якщо казати про міфотехнології у формуванні політичного іміджу Нельсона Мандели, то у висновку хочу зазначити, що кожна з зазначених вище міфотехнологій зіграла значну роль у його успіху як політика та лідера національно-визвольного руху. Завдяки цьому, утворився і досі є на слуху імідж Нельсона Мандели став символом свободи та справедливості та створив з його персони своєрідний символ. Тож, те, яким ми знаємо Нельсона Манделу сьогодні, так само підтверджує тезу про те, що міфологічні образи та архетипи можуть бути потужними інструментами для формування політичного іміджу та впливу на людей.

### Вплив на суспільство

Увесь світ знає Нельсона Манделу як відчайдушного борця за свободу та справедливість. Він надихає й інші народи, зокрема, Україну, адже помер у 2013 році, напередодні нашої боротьби за нашу свободу та справедливість. Нельсон Мандела наче передав нам естафету цієї боротьби і до сьогодні ми гідно її несемо.

У Південній Африці, Мандела свого часу став своєрідним маяком надії у перемогу для мільйонів людей, що зіткнулися з апартеїдом. Його життя було наповнене боротьбою та жертівністю на користь свого народу.

Також важливим аспектом спадщини Мандели є його приклад примирення. Після звільнення з в'язниці, Нельсон Мандела на своєму прикладі показав готовність пробачити усіх тюремщиків, що завдали йому болю та спровокували незручності та проблеми, заради своєї мети – створення єдності країни. Так, заради загального блага, Мандела продемонстрував силу прощення та єднання.

Протягом усього свого життя Мандела боровся за права людини. Він закликав до рівності та справедливості для всіх людей, незалежно від їхньої раси, статі чи релігії. І як результат, його активна позиція та безкомпромісні дії змусили світ звернути увагу на проблеми дискримінації та утиску.

Мандела був харизматичною і надихаючою персоною. Він володів харизмою та умінням надихати людей. Він зумів об'єднати мільйони навколо спільних цілей, ставши для них мудрим наставником та авторитетом. Навіть після відставки з посади президента Мандела залишався джерелом мудрості та цінних порад для світових лідерів та громадськості. Його думка з питань миру, справедливості та розвитку цінувалася в усьому світі.

Для жителів Південної Африки, здебільшого темношкірих, Нельсон Мандела шанований національний герой. Його роль у процесі перехідної юстиції та мотивація до єднання допомогли цій країні позбутися апартеїду та побудувати нове демократичне суспільство.

### Критика та сучасне сприйняття

Нельсон Мандела протягом життя і до тепер залишається неоднозначною фігурою. Його образ, збудований за допомогою міфів, не позбавлений критики та суперечливих інтерпретацій у сучасному суспільстві.

Міф про "непогрішого лідера" звеличує Манделу як бездоганну людину, ігноруючи складність його особистості та помилки, яких він припустився. Сучасне ж суспільство прагне до більш критичного сприйняття таких історичних постатей. Дослідники переосмислюють його життя, досліджуючи складні аспекти його особистості та політичних рішень. Це не применшує його досягнення, а дає можливість краще зрозуміти його роль в історії.

Не дивлячись на те, що міфотехнології Нельсона Мандели й досі впливають на сприйняття його особистості, важливо усвідомлювати і той факт, що міфи не завжди відображають повну картину, адже акцентують на певних аспектах, затіняючи решту. Саме тому, критичне сприйняття Нельсона Мандели як політика дозволить краще зрозуміти його вплив на історію. І саме в ситуації з Манделою, на цьому цікаво зацентувати, адже результат знищення апартеїду зовсім не співпадав з метою Мандели досягти рівності та демократії. Так сталося, що після повалення апартеїду, темношкіре населення почало нападати на білошкіре, а оскільки значну кількість поліціантів становили саме темношкірі особи, вони ігнорували або підтримували такі дії. Таким чином, ПАР поступово лишився без хороших спеціалістів різних галузей, в тому числі лікарів. Такий висновок ми можемо зробити, переглянувши статтю «Життя білих: знехтувані значення білості з часів апартеїду в Південній Африці» від Копано Рателе та Лесвіна Лаубшера, у якій зібрана вибірка цитат з двох джерел: Південноафриканського інституту расових відносин (SAIRR) і Проекту архівів апартеїду (AAP).[65]

«До 1994 року всі міста та містечка по всій Південній Африці містилися в порядку, чистоті, безпеці та неушкодженості. Можна було гуляти будь-де в будь-якому великому місті в будь-який час дня чи ночі, не потрапивши на бік злочинців. Вбивств було так мало, і вони поширені. між тим, що коли вбивство справді сталося, воно залишалося б темою для обговорення в кожній родині протягом усього судового розгляду, аж до винесення вироку вбивці. За нинішньої кількості вбивств, скоєних за один день, неможливо виберіть, який з

них зробити темою для обговорення, і краще зосередьтеся на неспроможності уряду боротися з цією пандемією».

«Скільки ще ми можемо підтримувати цю расову напругу, яка була усунена після 1994 року, але одразу після цього знову запроваджена АНК. Чи насправді укладачі проекту «Архів апартеїду» намагаються створити якусь основу, на якій вони чи можуть скласти список історій, щоб створити історію корінних південноафриканців, чи вони просто хочуть, щоб минулі рани відкривалися й кровоточили?»

«Мені було важко прийняти той факт, що після 1994 року всі білі портъє в офісах, касири в банках і дами в касі супермаркетів були замінені людьми іншого кольору».[67]

Проте, незважаючи на критику, Мандела залишається однією з найшанованіших фігур 20 століття.

#### 2.4. Висновки до розділу 2

Підбиваючи підсумки, проаналізувавши політичну діяльність Степана Бандери, Махатми Ганді та Нельсона мандели, ми дослідили, як формуються міфотехнології, та міфи як такі, що впливають на масову свідомість та ведуть за собою народ, мобілізуючи його єдність та жагу до змін. Їхні образи, овіяні міфами та легендами, надихали цілі народи, величні подвиги й незламна віра у краще майбутнє лягли в основу національної ідентичності.

Проаналізувавши вплив політичної та соціальної діяльності Степана Бандери на Україну та світ, ми визначили, що ця особа стала втіленням незламного духу та героїчної боротьби за незалежність країни. Його ім'я стало символом самовідданості, безстрашності та віри у перемогу для українців. І до сьогодні, міфи про Степана Бандеру, його безкомпромісну позицію та незламну волю до перемоги, гуртують українців навколо спільної мети, підкріплюючи їхню силу єдності. Цей образ крім натхнення для українців, став образом «сатани» для тих, хто посягає на свободу українського народу.

Ім'я Махатми Ганді, другого проаналізованого представника лідерів національно-визвольних рухів 20ст., асоціюється з філософією ненасильництва (сатьяграха), духовним лідерством та боротьбою за свободу Індії. Основою міфотехнологій ганді виявився образ мудрого наставника, що веде народ до кращого життя. Його архетип святого та пророка надихав мільйони людей, даруючи їм віру в мирне вирішення конфліктів та торжество справедливості.

Остання, але не менш важлива проаналізована у цьому розділі особистість – Нельсон Мандела. Він став символом єднання, прощення та примирення, об'єднавши розділену апартеїдом Південну Африку. Його образ борця за свободу та рівність, архетип мудрого старця, що веде народ Південної Африки до нового життя, надихав людей вірити у зміни й будувати краще майбутнє.

Кожен з цих лідерів по своєму доводить, що міфотехнології можуть бути потужним інструментом політичної комунікації. Ці три лідери, кожен по-своєму, довели, що міфологія може стати потужним інструментом політичної комунікації. Завдяки їй вони змогли мобілізувати свої народи, об'єднати їх навколо єдиної мети та надихнути на подвиги, що згодом лягли в основу національної ідентичності.

## **РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МІФОТЕХНОЛОГІЙ У ПОЛІТИЦІ**

### **3.1 Міфотехнології в сучасній політиці**

Сучасні політики активно використовують міфи для створення свого іміджу та формування громадської думки. Цей прийом можуть використовувати як окремі особистості, політичні лідери так і партії в цілому. Ці міфи можуть бути як позитивними, так і негативними, залежно від цілей, що переслідує політик.

Як правило, українські політичні партії ще не мають жодних особливих заслуг перед виборцями, і вибір останніх зумовлений, як правило, стереотипами. Одним з важливих елементів цих стереотипів і є особистість, імідж лідера. У

зв'язку з «персоніфікацією політики» передвиборчі кампанії сьогодні перетворилися на справжню війну іміджів, де в результаті перемагає той лідер, чий імідж стає для виборців найбільш привабливим на даний момент і відповідає особливостям української дійсності, політичній свідомості та політичній культурі громадян[44].

Спробуємо розкрити використання міфотехнології при формуванні іміджу на прикладі політичної партії «Голос». Для аналізу використовуватимемо політичну програму партії, що розміщена на сайті за адресою: <https://goloszmin.org/program>[41].

Перший розділ програми носить назву: «Як звучить Україна?»

Проаналізуємо його текст на наявність міфу:

«Як звучить Україна?»

Сильно, часом – на весь світ. Радісно, коли українці піднімаються на вершини та п'єдестали. Гордо, коли наші інновації вражають світ. Злагоджено, коли піднімаємося на протистояння з ворогом зовнішнім чи внутрішнім. Щемливо, коли пісня – про нашу історію, наших людей. Болісно, коли гучніше за інші ноти звучить війна.

Та все виразніше українці чують дисгармонію. І не вірять. Не вірять владі, яка раз-у-раз зраджує не тільки відважні сподівання, але й прості надії. Не вірять політикам, які обіцяють золоті гори, будують красиві вітрини і ховають за ними свої амбіції та схеми. Не вірять напівреформам, які починаються оптимістично, але згасають до того, як їх відчує на собі кожна людина.

Людина – ось нота, якої не вистачає для справжньої гармонії в Україні. Людина, яка хоче гідного життя. Жити у безпеці, у добробуті, вільно обираючи свій шлях. Людина, яка знає, що її інтереси захищено. Людина, яка йде з високо піднятою головою, впевнено дивиться в майбутнє і знає, що під ногами – надійна твердь.

Партія «Голос» іде в політику, щоб повернути людину в центр держави. Аби перестати ділитися на лівих і правих, на націоналістів та лібералів, а об'єднатися навколо людини та її непорушної гідності. Людина, громадянин та громадянка України – понад усе. Держава – на долоні в людини, а не людина у кулаку в держави.

Для людини ми хочемо побудувати суспільство, в якому вона буде абсолютною цінністю. Де пануватимуть зростання і розвиток, а не вічна боротьба з корупцією, бідністю та несправедливістю. Побудувати країну, в якій не скаржаться на теперішнє і не оплакують минулого, а планують майбутнє.

У такій країні найпочесніші професії – це вчитель, військовий і суддя.

Суддя – силою не лише закону, а й морального авторитету триматиме фундамент рівності для всіх. Військовий – захищатиме країну від зовнішніх загроз, створюючи безпечне середовище, де можна розвиватись і рости. Вчитель – сіятиме зерна, з яких проростають лідери та інноватори, професіонали і порядні люди.

Ми позбудемось того, що зараз не дає Україні розправити крила і рухатися вперед. Ми реалізуємо той потенціал України, про який лише говорили стільки років. Ми творимо справедливу, сильну й інноваційну Україну, справжнього східноєвропейського тигра.

Мандат довіри українців партія «Голос» використає для створення потужного політичного руху, налаштованого на такі зміни. Справжні зміни. Додайте ваші голоси!

**ВАШ ГОЛОС ЗМІНЮЄ ВСЕ.»[**

Міф є потужним інструментом у створенні іміджу політика, оскільки допомагає формувати колективні уявлення та емоційно заряджені образи, що легко сприймаються і запам'ятовуються громадськістю. Аналізуючи уривок

програми партії "Голос", можна побачити, як міфологічні елементи використовуються для створення привабливого та надихаючого іміджу.

На початку уривка описується Україна, що звучить "сильно", "радісно", "гордо", "злагоджено" та "щемливо". Ці епітети створюють образ країни, що досягає успіхів, викликає гордість і об'єднує своїх громадян у протистоянні ворогам. Такий міф сприяє формуванню національної ідентичності та гордості за свою країну. Крім того, використання музичної компоненти перегукується з назвою партії, що може мати подвійне трактування, по-перше проголошується що «Кожен голос важливий» як підкреслення що голос відданий кожним виборцем на користь партії призведе до позитивних змін в державі, та по-друге містить натяк на музичну компоненту, що перегукується з образом Святослава Вакарчука - фронтмену партії, особистий імідж якого також робить вагомий внесок у формуванні партійного іміджу.

Далі згадується "дисгармонія", яку відчують українці через зраду з боку влади та політиків. Цей міф підкреслює розрив між очікуваннями громадян та реальністю, викликаючи почуття розчарування і недовіри до чинної влади. Таке емоційне забарвлення, знову підсилене музичною компонентою підсилює негативний образ опонентів.

Основна ідея партії – повернути людину в центр держави. Це міф про ідеальний світ, де кожна людина живе гідно, у безпеці, добробуті та вільно обирає свій шлях. Образ людини, що "з високо піднятою головою" і "впевнено дивиться в майбутнє", створює ідеал, до якого повинна прагнути держава. Такий міф є потужним, оскільки апелює до базових потреб і бажань кожного індивіда дає можливість кожному окремому виборцю відчутти свою важливість та значущість.

Партія закликає до об'єднання навколо людини та її гідності, відмовившись від поділу на політичні табори (лівих і правих, націоналістів та лібералів). Це створює міф про єдність та спільну мету, що може бути дуже

привабливим для виборців, які втомилися від політичних конфліктів і протистоянь, та залучити до себе прихильників єднання різних політичних сил.

Ідея, що "держава – на долоні в людини, а не людина у кулаку в держави", створює образ держави, що служить своїм громадянам, а не навпаки. Це сильний міфічний образ, який підкреслює гуманістичні цінності та індивідуальні права.

Ще один міф використаний у цьому розділі програми це створення ідеального суспільства, де панує розвиток і зростання, без корупції, бідності та несправедливості. Це утопічна ідея, яка апелює до бажання людей жити в кращому світі. Партія прагне побудувати суспільство, де людина є найвищою цінністю. Це підкреслює гуманістичний підхід, де кожен громадянин має значення і його інтереси стоять на першому місці. Тобто партією пропагується абсолютна цінність людини.

Наступним пунктом формується так звана «Візія майбутнього» якою втілюється міф про образ майбутнього, де всі проблеми залишаються позаду, а попереду лише позитивні зміни. Це підживлює надію виборців на краще життя. Використовуючи такий міф партія наголошує, що хоче побудувати країну, в якій громадяни не скаржаться на теперішнє і не оплакують минуле, а планують майбутнє. Це спрямованість на прогрес, оптимізм та інновації.

Ще однією компонентою міфотехнології стає виділення особливо шанованих професій, а саме - професії вчителя, військового та судді. Елементом міфа є ідеалізоване бачення цих професій як основних стовпів суспільства. Суддя символізує справедливість, військовий – безпеку, а вчитель – майбутнє. Вчителі, військові та судді визначаються найпочеснішими професіями. Кожна з цих професій має ключову роль у побудові суспільства. Суддя тримає фундамент рівності, забезпечує загальну справедливість та втілює повагу зо закону, військовий забезпечує безпеку та захист від ворога, а вчитель виховує майбутніх лідерів та інноваторів. Міфом у даному випадку виступає моральний ідеал, де

кожна з цих професій виконує свою високу місію, сприяючи гармонійному та справедливому розвитку суспільства.

Образ України, яка "розправляє крила" і перетворюється на "східноєвропейського тигра" це втілення ще однієї міфотехнології у програмі. Це метафора економічного зростання і прогресу. Партія обіцяє позбутися того, що стримує розвиток України, і реалізувати потенціал країни.

І останній міф який я виділяю це наголошення на вірі у власні сили і голос кожного виборця, який може змінити країну на краще. Це мобілізаційний заклик до дії, який підкреслює важливість участі кожного громадянина. Кожен голос має значення і може змінити все. Це підсилює віру виборців у свою значущість і вплив на політичні процеси. Використовуючи цей міфічний образ партія звертається до виборців із проханням підтримати їхні ініціативи, щоб створити потужний політичний рух, спрямований на реальні зміни.

Загалом, у цій частині програми використовують міфологічні елементи для створення образу ідеального суспільства, де панує справедливість, безпека та прогрес. Партія "Голос" позиціонує себе як сила, здатна реалізувати ці ідеали, мобілізуючи підтримку громадян через надію на краще майбутнє.

Усі ці міфи разом створюють образ партії "Голос" як нової політичної сили, що прагне відновити довіру громадян, поставити їхні інтереси на перше місце і забезпечити гідне життя кожному. Використання міфологічних елементів допомагає партії емоційно зв'язатися з виборцями та формувати позитивний імідж, спрямований на зміни і відродження.

Розглянемо ще один уривок програми партії:

«Справедливість варта того, щоби битися за її перемогу.

Українцям потрібні судді, яких поважають за професійність, чесність і принциповість, а не впливовість і заможність. Ми перезавантажимо судову систему — нарешті по-справжньому, а не косметично.

Ми не зупинимось, поки прокурори та поліцейські не почнуть захищати людей від злочинів, а не злочинців — від гніву людей.

Ми хочемо бачити, як в тюрму сідають корупціонери за вкрадені мільярди, а не прості люди за сфабрикованими справами. І сповнені політичної волі, щоб це стало реальністю».

Цей уривок програми партії відображає вплив міфу про справедливість на формування її іміджу. Партія намагається використати міф про справедливість як основу свого політичного образу та стратегії. Шляхом акценту на принципах справедливості в контексті судової системи та правоохоронних органів, партія намагається підкреслити свою готовність боротися з корупцією та недоліками у правосудді.

Міф про справедливість, що просувається партією, впливає на її імідж, надаючи їй образу борця за права та інтереси громадян. Він спонукає виборців до співчуття та підтримки, оскільки багато людей відчувають розчарування у системі правосуддя та бажають побачити її реформи.

Однак, важливо врахувати, що міф про справедливість може бути використаний як засіб маніпуляції громадською думкою. Партія може обіцяти справедливість у своїй програмі, але насправді не мати реальних засобів або намірів для втілення цих обіцянок. Такий підхід може бути спрямованим на залучення голосів виборців, а не на реальні зміни у системі правосуддя та боротьбі з корупцією.

Ми могли б зробити припущення велика кількість міфічної складової зумовлена тим що ми розглянули вступні, більш загальні розділи, тому візьмемо уривок з якогось більш конкретного розділу програми, наприклад проаналізуємо розділ програми «Фінансова система».

«Деолігархізація, антикорупційна система і сучасні технології дозволять нам ефективно і прозоро накопичувати й витратити державні кошти та зрештою — планувати бюджет змін на перспективу. Це дасть Україні можливість не

втрачати, а нарощувати темп розвитку, а нам з вами – впевненість у власному майбутньому.

Громадяни України мають нарешті пишатися тим, як використовуються їх податки, - це наші гроші, на які держава повинна забезпечувати нам комфорт і безпеку. Сплата податків має стати вигідною інвестицією у спільний добробут.

Ми припинимо накопичення державою боргів, які потім доведеться віддавати нашим дітям. Збалансуємо державний бюджет, щоб країна витратила на поточні потреби рівно стільки, скільки вона заробляє. Витрати бюджетних коштів будуть підзвітні людям. Запозичені кошти будуть використовуватися виключно для інвестиційних потреб.

Ми зупинимо злочинні схеми ухилення від оподаткування на митниці (зокрема, з використанням сучасних інформаційних технологій та залученням приватних міжнародних компаній) і у податковій, щоб збільшити надходження до бюджету. Водночас ми використаємо ці надходження для того, щоб створити умови для зростання зарплат і створення робочих місць: знизимо податкове навантаження на заробітну платню звичайних громадян, а також вдосконалимо систему оподаткування прибутку для бізнесу.

Ми збережемо незалежність Національного банку від олігархів та політиків. Ніколи знову безвідповідальні популісти не повинні отримати контроль над «друкарським верстатом» та обвалити вартість національної валюти. Ніколи знову олігархи не повинні отримати змогу перетворити великі банки на фінансові піраміди і вкрати мільярди доларів заощаджень у звичайних українців.

Ми створимо можливість для безпечного зберігання та примноження заощаджень громадян. Стабільність банківської системи, прозорий та відрегульований згідно з міжнародними стандартами ринок цінних паперів стануть запорукою надійності накопичень. Політика зниження інфляції нижче

5% на рік та надійне регулювання фінансового сектору призведуть до падіння відсоткових ставок – кредити стануть доступніші для громадян та бізнесу.

Бізнес і громадяни зможуть вільно розраховуватись та інвестувати в Україну і за кордон. Ми хочемо, щоб звичайні українці мали такі ж можливості вільно переміщати кошти між країнами, як американці чи західноєвропейці.

Ми забезпечимо захист людей від шахраїв у фінансовій сфері – приймемо на рівні закону європейські правила захисту споживачів фінансових послуг. Фінансові установи не зможуть обманювати та маніпулювати у своїй рекламі та нестимуть жорсткішу відповідальність за порушення прав споживачів. Люди отримають додаткові інструменти для позовів у разі порушення їхніх прав.»

Спробуємо виділити використані у ньому міфи. Розділ програми містить доволі значну кількість елементів, що можна аналізувати з точки зору використання міфотехнологій. Нагадаю, що міфотехнології — це методи створення та просування ідей чи концепцій, що апелюють до емоцій, символів та колективних уявлень, щоб сформувати суспільну думку або підтримку. Тому розглянемо по черзі кожен міф, що я виділяю.

Міф про прозорість і ефективність: Фрази «ефективно і прозоро накопичувати й витратити державні кошти» та «планувати бюджет змін на перспективу» створюють образ уряду, який працює без корупції і неефективності. Це апелює до бажання громадян бачити чесну і відповідальну владу та ефективну економіку.

Міф про національну гордість і добробут: «Громадяни України мають нарешті пишатися тим, як використовуються їх податки» та «сплата податків має стати вигідною інвестицією у спільний добробут» апелюють до патріотичних почуттів і надії на краще життя. Використання даного міфу створює образ держави, яка дбає про добробут своїх громадян і є прикладом для інших.

Міф про фінансову стабільність та безпеку: "Ми припинимо накопичення державою боргів" та "запозичені кошти будуть використовуватися виключно для

інвестиційних потреб" формують уявлення про відповідальну економічну політику. Це додає почуття безпеки та стабільності для майбутніх поколінь. Але одночасно містить значний елемент популізму, так як виборча кампанія яка проходила у 2019 році, під час війни на сході нашої держави, мала б враховувати, що для відновлення і розвитку збройних сил зовнішні запозичення є просто неминучими.

Міф про боротьбу зі злочинністю і корупцією: "Ми зупинимо злочинні схеми ухилення від оподаткування на митниці" та "ніколи знову безвідповідальні популісти не повинні отримати контроль над «друкарським верстатом»" акцентують увагу на боротьбі зі зловживаннями і корупцією. Це апелює до бажання справедливості і законності, здійснює натяк на глибоко травматичний досвід нашого суспільства що був отриманий у дев'яності роки минулого століття через неконтрольовану інфляцію яка мала місце після розпаду радянського союзу та відновлення незалежності України.

Міф про економічну незалежність і процвітання: "Бізнес і громадяни зможуть вільно розраховуватись та інвестувати в Україну і за кордон" та "ми хочемо, щоб звичайні українці мали такі ж можливості вільно переміщати кошти між країнами, як американці чи західноєвропейці" створюють образ економічної свободи і можливостей для громадян. Це апелює до бажання економічного процвітання і рівних можливостей з іншими розвиненими країнами.

Міф про захист прав споживачів: "Ми забезпечимо захист людей від шахраїв у фінансовій сфері" та "люди отримають додаткові інструменти для позовів у разі порушення їхніх прав" створюють уявлення про державу, яка активно захищає своїх громадян від зловживань. Це додає відчуття захищеності і справедливості.

Таким чином, текст використовує міфотехнології для створення позитивного образу державної політики, апелюючи до різних емоцій та колективних уявлень громадян про прозорість, справедливість, національну

гордість, економічну стабільність і захист прав. І одночасно абсолютно не містить чітких механізмів, яким же самим чином мали б досягатися ці прекрасні заклики. Можливо якби до кожен такий міфічний елемент був підкріплений хоча б загальним описом майбутнього шляху вирішення окреслених проблем на кшталт, « з цією метою нашою політичною силою буде подано законопроекти...», «ми ініціюємо зміни до закону які міститимуть...», ми могли б вже казати не про популістичну, а більш серйозну програму партії.

Щодо етичності використання міфотехнології у даному розділі програми партії слід відзначити, що він має на меті підкреслити необхідність деолігархізації, антикорупційних заходів, фінансової стабільності та прозорості використання державних коштів. Це позитивні цілі, спрямовані на добробут суспільства. Але якщо ці заяви використовуються для створення ілюзії прогресу, без реальних дій за ними, то це може бути неетичним. Однак, сам по собі текст не містить явних ознак маніпуляції або приховування правди.

Розділ декларує прозорість у витратах державних коштів, боротьбу зі злочинними схемами та захист прав громадян. Ці тези спрямовані на підвищення довіри до влади та покращення суспільного добробуту. Одночасно, якщо ці обіцянки не мають підґрунтя або реального плану дій, або якщо вони використовуються для приховування інших проблем, це може бути неетичним. Важливо, щоб слова підкріплювалися діями, і якраз тут вказівка на конкретні способи і засоби досягнення мети могли б зняти цей елемент неетичності застосування міфотехнології.

Розділ націлений на створення позитивного впливу на громадян, мотивуючи їх до сплати податків, підвищення національної гордості, та залучення до економічного розвитку країни. Проте, якщо використання цих тверджень спрямоване виключно на відволікання уваги від інших важливих питань або створення хибних очікувань, це буде неетичним.

У контексті покращення економічної ситуації та боротьби з корупцією, такі заяви можуть бути етичними, якщо вони дійсно відображають наміри та дії уряду. Якщо контекст використання цих тез передбачає маніпуляцію громадською думкою без реального наміру виконати обіцяне, це може бути неетичним.

В цілому, поданий уривок може вважатися етичним, якщо його зміст відповідає реальним намірам та діям, спрямованим на поліпшення ситуації в країні. Однак, остаточна оцінка етичності залежить від того, наскільки ці заяви правдиві і чи будуть вони реалізовані на практиці. Якщо уривок використовується як частина реальних і чесних зусиль уряду, спрямованих на позитивні зміни, то його можна вважати етичним.

З огляду на те, що в процесі створення міфу відбувається формування стереотипів, які спираються на архетипи, що допомагає приймати рішення ще до аналізу будь-якої ситуації, посилює вплив на область несвідомого і в результаті здійснює значний вплив на поведінку, використання даної технології для формування іміджу політичного лідера це надто потужний інструмент, який не повинен використовуватися аж занадто багато. Сутністю впливу політичної реклами на людину є опора на колективне і особисте несвідоме. Ми побачили, що за допомогою ідей, образів, міфотехнологій політична реклама здатна змінювати і посилювати погляди, почуття, точки зору та поведінку виборця, вона допомагає виборцям орієнтуватися в складних ситуаціях вибору політика, який буде представляти їх інтереси, формує потреби людини, впливає на мотивацію і ціннісні установки її діяльності, здатна формувати стиль життя.

Міфотехнологіям властивий глибокий символізм, який базується у масовій свідомості на стереотипах. Пропаговані тези підносяться споживачеві не просто як життєво необхідні дії, а й як символ. Доведено, що «міфи» мають високу ефективність, адже в них використано механізми, органічно властиві людській свідомості, своєрідні архетипні структури[44].

Отже, вплив міфу про справедливість на формування іміджу партії може бути як позитивним, так і негативним, в залежності від того, як вона реалізує свої обіцянки та чи відповідають вони реальності.

### 3.2 Етичні питання та виклики використання міфів у політичній діяльності

Дослідивши політичну програму партії «Голос» можемо констатувати, що міфотехнології використовують символи, образи та наративи, щоб формувати уявлення про політика, підсилувати його популярність або дискредитувати опонентів. Використання міфотехнологій у політичному процесі, зокрема таких, які залучають емоції та створюють певні іміджі, є неоднозначним з етичної точки зору. Ці технології можуть як позитивно, так і негативно впливати на демократичні процеси, в залежності від їхнього використання.

Першим аспектом який необхідно відмітити у цьому зв'язку це інформування та маніпуляція через міфотехнології. Він має як позитивні так і негативні риси. Позитивним аспектом інформування є те, що міфотехнології можуть використовуватися для створення привабливого і надихаючого образу політика. Це може включати:

Використання символів і наративів, які асоціюються з національною гордістю, історією або культурними цінностями, може допомогти виборцям відчувати емоційний зв'язок з політиком. Наприклад, зображення політика поруч із державними символами або відомими історичними місцями.

Поширення історій успіху, досягнень і позитивних змін, які були досягнуті завдяки діяльності політика або партії, може підвищити довіру виборців. У випадку який ми досліджуємо таким кейсом стала музична діяльність лідера партії та його образ борця за Україну та патріота.

Формування образу політика як сильного і надійного лідера, який здатний вести країну до прогресу і процвітання, може залучити підтримку виборців.

Негативним аспектом інформування є використання маніпуляції:

Міфотехнології можуть використовуватися для маніпуляції громадською думкою, що є етично проблематичним. Це включає:

Поширення неправдивої або спотвореної інформації про опонентів або події з метою дискредитації. Це може включати створення фальшивих скандалів або негативних наративів.

Використання емоційно заряджених образів або історій, що апелюють до страхів, гніву, надій або інших сильних емоцій виборців, щоб вплинути на їхні рішення та виборчу поведінку.

Формування спотвореного або неправдивого образу політика, який не відповідає реальності, з метою маніпуляції громадською думкою. Це може призвести до дезінформації виборців і вплинути на їхні рішення на виборах.

Креативність у використанні міфотехнологій для формування образу політика проявляється, насамперед, у тому, що враховується не лише актуальна кон'юнктура, але й усі сфери попереднього життя і діяльності сьогоденного політика. Це означає, що для створення цілісного та привабливого іміджу політика використовуються різні аспекти його особистого і професійного шляху. Однак, важливо, щоб таке використання відрізнялося коректністю, правдивістю і можливістю працювати на перспективу.

Врахування актуальної кон'юнктури є необхідним для того, щоб образ політика відповідав поточним потребам і очікуванням виборців. Це означає, що необхідно постійно моніторити суспільні настрої, тенденції та виклики, з якими стикається суспільство, і відповідно коригувати комунікаційну стратегію.

Використання міфотехнологій повинно включати всі сфери попереднього життя політика. Це дозволяє створити більш глибокий і багатогранний образ, що підвищує довіру виборців. Наприклад, успішні досягнення у професійній кар'єрі, особисті історії подолання труднощів, участь у благодійних або громадських ініціативах – усе це може підкреслювати сильні сторони політика і робити його більш зрозумілим і близьким для виборців.

Коректність і правдивість є критично важливими аспектами використання міфотехнологій. Будь-яка спроба маніпуляції фактами або перебільшення може швидко бути викритою і призвести до втрати довіри з боку виборців. Тому важливо дотримуватися етичних стандартів і подавати інформацію чесно та відповідально.

І наостанок, формування образу політика повинно працювати на перспективу. Це означає, що міфотехнології мають не тільки забезпечувати короткострокову популярність, але й сприяти довгостроковій стратегії політичного розвитку. Образ політика повинен бути таким, що він зможе витримати випробування часом і залишитися актуальним і позитивним в очах виборців у майбутньому.

Отже, креативність у використанні міфотехнологій для формування образу політика проявляється в комплексному підході, який включає актуальність, багатогранність, коректність і довгострокову перспективу. Такий підхід допомагає створити стійкий і привабливий образ, що відповідає очікуванням виборців і сприяє ефективному політичному діалогу.

Слід відзначити, етичність використання міфотехнологій для формування образу політика в аспекті доступності та рівноправності. Міфотехнології можуть мати як позитивний вплив на політичний процес, роблячи політичну інформацію більш доступною для широкого загалу. Це сприяє більш рівноправній участі різних соціальних груп у політичному процесі:

Використання інтернету, соціальних мереж та інших цифрових платформ дозволяє політичним діячам доносити свої ідеї, програми та повідомлення до більшої аудиторії. Це включає молодь, людей із сільських районів та інші групи, які можуть бути менш залучені до традиційних засобів комунікації.

Міфотехнології можуть використовуватись для створення привабливих, зрозумілих та емоційно заряджених повідомлень, які можуть зацікавити і

залучити виборців, які раніше не проявляли великого інтересу до політики. Це може сприяти більш активній участі громадян у виборчому процесі.

Політики можуть використовувати міфотехнології для підняття важливих питань, які турбують маргіналізовані групи, та залучення їх до політичного дискурсу. Це може допомогти цим групам відчувати свою значимість і вплив у суспільстві.

Водночас використання міфотехнологій може призводити до нерівного доступу до інформації та можливостей участі в політичному процесі:

Одночасно виділимо і негативні аспекти впливу міфотехнологій на політичний процес в аспекті доступності та рівноправності. Наприклад не всі громадяни мають однаковий доступ до інтернету та сучасних технологій. Люди з віддалених районів, літні люди або ті, хто не має фінансових можливостей для придбання необхідних пристроїв, можуть опинитися в нерівному становищі. Це може призвести до ситуації, коли інформація досягає лише певної частини населення, залишаючи інших менш поінформованими та залученими.

Технології можуть використовуватись для таргетування конкретних соціальних груп, надаючи їм переваги в доступі до політичної інформації. Це може створювати ситуацію, коли певні групи отримують більше можливостей для впливу на політичний процес, ніж інші.

Соціальні мережі та алгоритми, що використовуються для поширення інформації, можуть створювати інформаційні бульбашки, де користувачі отримують лише ту інформацію, яка відповідає їхнім поглядам. Це може призводити до посилення поляризації та нерівності в доступі до об'єктивної інформації.

Використання міфотехнологій у політиці часто спрямоване на емоційний вплив, і це має свої етичні аспекти. З одного боку, емоційне апелювання може бути дуже корисним для мобілізації громадян та залучення їх до політичної діяльності. Коли політики звертаються до емоцій виборців, вони можуть

ефективніше привернути увагу до важливих суспільних питань і мотивувати людей до активної участі у виборах та громадських ініціативах. Емоційний зв'язок з аудиторією може допомогти підвищити їхню зацікавленість у політичному процесі та створити відчуття спільноти і солідарності навколо певних цінностей чи ідеалів.

Однак, з іншого боку, надмірний фокус на емоціях може мати негативні наслідки. Коли політичні повідомлення будуються виключно на емоційному впливі, це може відволікати виборців від раціонального аналізу політичних програм і рішень. Емоційне маніпулювання може призвести до популізму, коли політики обіцяють прості та привабливі рішення складних проблем, не обґрунтовуючи їх реальними планами чи стратегіями. Такий підхід може сприяти поверхневому розумінню виборцями політичних питань, що в свою чергу підриває якість демократичного процесу і може призвести до неефективного управління державою.

Таким чином, етичність використання міфотехнологій з точки зору емоційного впливу залежить від балансу між залученням громадян до політичної діяльності і забезпеченням інформованого та раціонального вибору. Якщо емоційне апелювання використовується з метою підвищення обізнаності та зацікавленості виборців у важливих питаннях, це може бути виправдано. Проте, якщо воно спрямоване на маніпуляцію та створення ілюзії вирішення проблем без реальних дій, це є неетичним і шкідливим для демократичного суспільства.

Загалом, етичність використання технологій у політичному процесі залежить від того, наскільки вони сприяють прозорості, справедливості та рівноправності, а також від ступеня, до якого вони поважають права громадян і не зловживають їхньою довірою.

З метою підтвердження або спростування наведених вище тез було проведено опитування в мережі інтернет на тему: «Етичність використання міфотехнологій у політичному просторі» (Додаток 1)

Опитування було пройдено 28 громадянами України, з яких – 11 осіб у віці 18-30 років, 17 осіб у віці 30-60 років та осіб у віці старшому за 60 років та молодшому за 18 років жодного респондента.

Переважає більшість опитаних приймає участь у виборах та вважає що з інформацією про політичних лідерів, яка здається перебільшено позитивною чи негативною стикаються або часто або дуже часто.

На прохання оцінити вплив міфотехнологій на особисте сприйняття політичних лідерів думки опитуваних розділилися і відповіді практично рівно розподілилися між усіма запропонованими для вибору варіантами від «дуже сильний вплив» до «відсутній вплив»

Наступним питанням було оцінити чи вважаєте ви етичним використання міфів для створення ідеалізованого образу політичного лідера? – переважна більшість опитуваних відповіла що вважають таку діяльність неетичною, хоча частина відповіла що це залежить від контексту.

На питання – «Чи вірите ви, що надмірне використання міфів у політичних кампаніях може призвести до втрати довіри виборців?» переважною відповіддю було «так» або «можливо».

Наступне питання – «Чи стикалися ви з випадками, коли використання міфотехнологій призвело до розчарування в політичному лідері?» окрім відповіді на нього наступним пунктом висловлювалося прохання здійснити опис випадку(орфографію авторів зберігаємо).

Частина описів дуже короткі і лише натякають на те чим саме людина розчарована, це відповіді на кшталт: «Зелебобус», «Зе», «Кравчук, Кучма, Ющенко, Янукович, Порошенко, Зеленський», «Порошенко», «БЮТ», «Слуга народу», «Вибори в Україні 2019», з яких ми бачимо, що практично кожен президент нашої держави розчарував своїх виборців, особливо це вбачається через зневажливі прізвиська які надаються політичному лідеру, з цього можна зробити висновок, що швидше за все цей виборець повірив у ті міфотехнології

які проголошувалися політичним лідером, а потім був настільки розчарований що використовуючи зневажливі епітети до політичного лідера нівелює повагу і до самого політичного інституту який цей лідер представляє.

Частина опитуваних дає більш розлогу відповідь на те чим саме вони були розчаровані через використання міфотехнологій:

«Зеленський був ніби з народу і такий «парень с Кривого Рога, который хочет помочь стране», а в результаті в країні жахлива війна, з якою ніхто не може нічого зробити і він теж»

«Стикалась, але напевно коли це був reverse, коли намагалися навпаки принизити політ. лідера за допомогою міфотехнологій. Його конкуренти та люди, яким він не подобався.»

«Тут буде важко навести конкретний приклад оскільки на перший погляд підходить будь-який політичний лідер через те що в українській політиці є така традиція що після перемоги рейтинг повинен обов'язково впасти мінімум на 40% Тобто розчарування виборця є нормою у розумінні соціології Але найбільш підходящим на мою думку є Леонід Кравчук який був змінений леонідом кучмою. Кравчук не виправдав образу що декларувався публічно з наміром або без наміру це неважливо. А Кучма успішно осідлав електоральну хвилю створивши собі як ти кажеш міф щирого українця»

«Коли лідер не виконав свої предвибоні обіцянки, а навпаки зробив все ще гірше ніж було. Коли наприклад, боротьба з корупцією це загальне воровство влади і посадовців.»

«Коли поважав Зеленського #боневтік, і розчарувався коли більше став цікавитися довоєнними його діями і тими ситуаціями що відбуваються зараз.»

«Мер міста Маріуполь.у нього майже не було недоліків в роботі . це висвітлювалося в медіапросторі дуже позитивно .Але початок війни одразу

висвітлив усі проблеми як міста так і роботи мера.політик такої величини не може бути трусом і зрадником.який рятував не місто і людей. А себе .....

«Президент Зеленський. Міф: Слуга нашого народу, простий чоловіча, близький до простих, звичайних людей. Завжди спілкується відкрито без пафосу, багато обіцянок, і виставлення того, що він завжди з народом»

Ці відповіді дають змогу зробити висновок, що використання міфу у передвиборчій кампанії спрацювало, але у подальшому призвело виборця до розчарування зробленим вибором. Цікаві відмітити, що респонденти які відповіли на питання про етичність використання міфу у політичній кампанії, що це залежить від контексту розгорнутої відповіді на це питання не надали, а от ті хто вважали її неетичною змогли свою думку аргументувати. З відповідей вбачається що багатьом «відкрила очі» на використання міфічної складової у політичних кампаніях саме війна в країні, особливо яскраво це проілюстровано відповіддю про мера Маріуполя.

Далі у вборців ми поцікавилися: «Якою мірою ви погоджуєтесь з тезою про те, що українські політичні сили активно використовують міфотехнології на політичній арені?», на що відповідь була одноголосною – максимально погоджуюсь.

Наступне питання: «Які з нижче наведених українських політиків на вашу думку використовують або використовували міфотехнології у своїх політичних кампаніях?», та дається вибір з чотирьох політиків - Володимир Зеленський, Петро Порошенко, Юлія Тимошенко, Віктор Янукович., практично кожен з опитуваних, окрім двох, у відповіді на це питання обрав Володимира Зеленського, з чого можемо зробити висновок, що насамперед обирають діючого лідера, і другим фактором можна обрати те що передвиборча риторика діючого президента містила аж надто забагато використання саме міфічних, та популістичних елементів, на другому місці серед запропонованих прізвище Юлії

Тимошенко, і однакову кількість набрали прізвища Петра Порошенка та Віктора Януковича.

Далі було висловлено прохання до опитуваних визначити – «Яке ваше відношення до використання міфотехнологій українськими політиками» з проханням пояснити свій вибір.

При переважній відповіді про те, що відношення виключно негативне, коли громадяни намагаються пояснити свій вибір вони дають наступні відповіді:

«Іноді це нормально, але в більшості випадків в цих образах потім розчаровуються»

«Патаму ша галасуй за парашенка ато путін нападе»

«В такій країні як наша треба правда-матка, бо тільки тоді все спрацює. Якщо обманювати кожен раз, то в результаті буде ще гірше та крінжовіше.»

«це обман виборців»

«Я вважаю некоректно вводити в оману виборців»

«Вибори - це не тільки волевиявлення і не головним чином воно а нормальний процес державотворення без міфів легенд політтехнологій неможливо це уявити достатньо подивитись на США. Як законодавця таких тенденцій на землі. Питання не у тому використовувати чи не використовувати а у тому які наслідки для держави це несе. В нашому випадку з роками я бачу тільки негативні»

«Тому, що це замилення очей народу. Але, зрештою, останні вибори президента довели, що українці, точніше 72 їх відсотки, люблять вірити у казки))))»

«Завжди так буде.політика брудна.»

«Це роблять всі політики. Цього неможливо уникнути або зупинити. Головне виборцям, людям, зберігати критичне мислення, оцінка та аналіз різних джерел»

Проаналізувавши дані відповіді можемо зробити висновки, що у суспільства зростає запит на правду від політиків, люди втомилися бачити маніпуляції та технології, а хочуть бачити чесних і професійних менеджерів, які працюватимуть на благо своєї держави, конкретні програми політичних партій, які містять не тільки лозунги за все добре проти всього поганого, а містять конкретні пропозиції як цього можна досягти до тожного лозунгу або міфу який був ними проголошений.

Наступне питання: «На вашу думку, використання міфотехнологій має негативний вплив на демократію України?» переважна більшість опитуваних надала відповідь – «так, виключно негативний вплив», вісім відповіли - «взагалі немає впливу», і двоє відповіли – «має позитивний вплив».

Далі ми запитуємо: «Чи потрібно обмежити використання міфотехнологій в українському політичному просторі?». На це питання дванадцять опитуваних відповіли – «Так, потрібно жорстко контролювати та обмежувати використання міфотехнологій», четверо відповіли – «Так, повністю заборонити використання міфотехнологій», десятеро - «Ні, але слідкувати за етичністю використання міфотехнологій»

«Чи вбачаєте ви використання міфотехнологій у політичному образі Володимира Зеленського? Як це проявляється?» на це питання нами було отримано наступні відповіді:

«Створення серіалу «Слуга народу», на мою думку, сильно вплинуло на створення міфотехнологічного образу ще до початку політичної кар'єри Володимира»

«Зелебоба просто боневтік»

«Це проявляється маніпуляціями пасивними, не відкритими, та він використовує це зазвичай від інших людей, точніше за допомогою інших людей, ненапряму. Зазвичай це якісь зазиви та цитати, які він напряму під себе не подв'язує але все спрямовано на покращення свого іміджу серед народу.»

«Образ переможця, що з усіх сил намагається керувати державою, не йде на поступки, проте ніколи не знає про реальні проблеми через "дезінформацію зі сторони виконавчих органів".»

«Створення міфу людини, поза впливом старих політиків. Загалом створення іміджу дзеркала.»

«Так. Багато перебільшення і брехні»

«Президент війни ось головна міфотехнологія на виборах у 19 році президент миру»

«Завдяки цьому він переміг на виборах.»

«Так. Вся його передвиборча кампанія – міф»

«Вся його перебільшена постать. Добрий, справедливий, чесний, не любить кумівства і взяток, має чудову патріотичну сім'ю. Закінчить війну на Донбасі Зробить Україну Європейською державою. Одним словом "Слуга народу". Його образ передвиборчий суцільна міфотехнологія. Вона спрацювала ідеально, адже люди навіть не помітили, що у нього не було програми виборчої компанії і команди.»

«З людини зробили героя нації, яким він не є»

«#Боневтік,»

«Все зможу, а на справі ми у якійсь ямі»

«Поки іде війна не треба це обговорювати. це дає негативне ставлення про нашу державу всього світу.»

«Його попередня діяльність»

«міфотехнології спрямовані на створення образу "Свого хлопця" і "людини з народу"»

«Приклад описаний вище. Міфотехнології, на мою думку, взяли початок ще з появою серіалу Слуга Народу, а то ще раніше, з Вечірнього кварталу»

Тобто з цих відповідей ми бачимо різко негативну, часто зневажливу позицію виборця, який вбачає у використанні під час виборчої кампанії діючого президента міфотехнології яка проявилася насамперед створенням Володимиром Зеленському образу навіяного подіями і персонажем телевізійного серіалу.

Наступне питання «Чи вбачаєте ви використання міфотехнологій у політичному образі Петра Порошенка? Як це проявляється?» намагається зберегти паритет між основними політичними опонентами минулих виборів як президентських так і до парламенту.

На це питання було отримано наступні відповіді:

«Конфетка, я думал що это конфета, а это оказался человек, я разочарован теперь ведь я хотел конфету»

«отаман, гетьман, батько»

«Наразі Петро страждає висвітленням свого образу дещо героїчним на фоні війни, хоча це скоріше стає основою мемів про сивочолого гетьмана і «це скарб»

«Не пам'ятаю конкретного нічого вже, не слідкую.»

«Образ президента, що не дав державі розвалитися і не допустив війни, який розходиться з реальною ситуацією та можливостями, що Україна мала протягом його керування.»

«Створення міфу, що він був патріотом все життя, хоча на минулих виборах йшов як голуб миру (по типу цих виборів у зеленського)»

Т»ак. Багато перебільшення і брехні»

«Дозволив використання міфології конкурентами проти себе»

«На мою думку він переборщив»

«Це проявлялося у низці відкритих кримінальних справ проти нього»

«Так, є. "Добродушний сім'янин і волонтер" Я думаю, його вік не дозволяє йому використовувати і придумати таку кількість інфоміфів, як у Зеленського. Тому він й виглядає доволі гармонійно у цьому образі.»

«От яку цукерку не з'їси, все не то. А у петрика цукерки, дай йому бог здоров'я ще те що такі смачні конфети виробляє.»

«Все його життя це міфотехнології про бездоганного політика»

«Багато демонстративних лозунгів»

«міфотехнології спрямовані на створення образу "міцного господарника" та "успішного бізнесмена", яки наведе лад якщо буде на керівній посаді»

«Занадто правильний та ідеальний сім'янин. Багато фото та демонстрацій дітей та дружини.»

І наостанок до опитуваних було висловлене прохання: «Наведіть хоча б один приклад використання міфотехнологій українським політиком, який вам запам'ятався.»

«Зеленський слуга народу»

«Хто розмінував чонгар»

«Зеленський, те що він робить все для народу, спільними силами. Знову ж таки, не напругу і не говорячи конкретно за себе, а говорячи за «спільну працю», що маніпулює людьми і вони вірять в це, бо відчувають наче вони відіграють важливу роль в будіванні всього, хоча насправді все націлено на будівання його іміджу за рахунок таких маніпуляцій.»

«Найбільше запам'ятався образ Володимира Зеленського, через можливість побачити його своїми очима в віці, в якому можна аналізувати подібні образи.»

«Кравчук - за незалежність. Порошенко - ультрапатріот і батько нації. Тимошенко - шарить в економіці)»

«Юлія Тимошенко уклала не вигідні газові контракти, прикриваючись думкою про народ і опалювальний сезон, щоб зимою всі були з теплом»

«Зеленський молодець будував дороги, але в реальності на дорогах було відміто багато коштів»

«Серіал слуга народу»

«Дебати на стадіоні і підготовка до цього»

«Не пам'ятаю точно, когось врятував від голоду. Порошенко.»

«Усе зазначене мною вище.»

«Володимира Зеленського зробили героєм України, який пілкується про свій народ і військових, але на ділі все навпаки, приймаються жорсткі закони, військові не мають ні прав, ні гідного соцпакету, владою прикривається незаконне збагачення тієї ж влади і високопосадовців на тлі війни у державі і ще багато чого. В. Зеленський герой України - це міфотезнологія»

«Зеленський відвідав бійців на позиціях, і в цей день на тих позиціях не має обстрілів.»

«Янукович перевершив всіх»

«ляшко, створення образу "свого хлопця з народу", який відстоїть права звичайних людей, зокрема селян»

«Черновецький»

«Тимошенко. Її інвалідний візок під час майдану»

Отже, ми бачимо що аж надто значне використання міфічної складової в українській політиці створило у свідомості виборця певну «кашу». Змішуються до купи усі популістичні лозунги і навіть у якихось конкретних і безумовно позитивних діях політичного лідера, як візит на фронт, виборець уже схильний бачити якийсь обман і змову. З огляду на те, що міф не пропонує раціонального сприйняття інформації, отже їх рівень впливу на несвідоме досить високий. Якщо міфи створюють нереалістичні очікування у громадян, це може призвести до розчарування та втрати довіри до політичних лідерів. Обіцянки швидкого економічного зростання без реальних підстав для цього можуть ввести громадян в оману і призвести до розчарування, коли ці обіцянки не будуть виконані.

За допомогою мас-медіа відбувається також міфологізація відомих особистостей. Вдало розроблена політична рекламна кампанія діє підсвідомо, а не методом логічних переконань. Міфи, символи, образи – це є її мова.

Крім колективного несвідомого, в сучасній політичній рекламі часто використовуються принципи міфодизайну.

Спроби маніпулювати колективним несвідомим нерідко сприймаються як показник ефективності просування політичного продукту, але одночасно є порушенням прав людини на свободу волевиявлення, руйнують ціннісні орієнтації в сучасному соціумі. Міфи можуть бути ефективним способом комунікації складних ідей або політичних програм через зрозумілі символи та історії. Це може допомогти громадянам краще зрозуміти та підтримати політичні ініціативи. Наприклад, використання символів боротьби за незалежність у комунікації політичних реформ може допомогти громадянам зрозуміти важливість цих реформ[44].

Політична реклама як різновид соціальної міфотворчості, з одного боку, здатна вгадувати існуючі в масовій свідомості потреби і підказувати людині та суспільству потрібні рішення, але з іншого боку – вона здатна нав'язувати суспільству помилкові рішення, вигідні тільки її приватним замовникам і

авторам, стає засобом маніпулювання та програмування поведінки виборця. У важкі часи міфи можуть допомогти підтримувати моральний дух і стійкість суспільства[44]. Наприклад, під час війни або економічної кризи міфи про національну єдність та героїзм можуть об'єднувати людей і допомагати їм долати труднощі. Міф про єдність нації під час війни може підтримувати моральний дух та мобілізувати населення на захист країни, але функціонування такого міфу з плином часу має бути підтримано реальними діями та прикладами, що зараз яскраво ілюструється впливом окремих прикладів та кейсів на процес мобілізації. Це виявляється у тому, що коли якась відома особистість: спортсмен, політик, актор, журналіст, ставить суспільні потреби вище за власні і вступає до лав збройних сил України це збільшує кількість громадян, які добровільно з'являються до територіальних центрів комплектування та соціальної підтримки, і навпаки, коли десь на широкий загальний потрапляє приклад коли відома особистість, лідер ухиляється від виконання свого громадянського обов'язку це одразу призводить до зменшення кількості мобілізованих.

Тому, ми бачимо коли висловлюється прохання навести приклади використання міфів у політичному процесі, ми дуже рідко бачимо раціональну аргументацію, а здебільшого емоційні оцінки. Міфотехнологія використовує символи, образи і знаки, що не потребують раціональної інтерпретації, вони сприймаються виборцями на рівні несвідомого. Сенси, приписувані пропагованим знакам, носять не індивідуальний, а колективний характер. Інформаційне суспільство внесло певні корективи в теорію соціальних міфів. Сучасні міфи є водночас і раціональними, і ірраціональними[49]. Генерація нового типу політичного лідера, заснованого на поєднаному образі культурного героя за посередництвом засобів масової інформації починає активно функціонувати у рецептивній площині, але від має враховувати сучасні запити та тенденції що формуються у нашій країні та у цей час значно посилені внаслідок повномасштабного вторгнення та воєнних дій у країні.

Сучасний політичний міф – це спосіб тотального впливу на людину. За його допомогою конструюється й легітимізується соціальна, політична реальність. За допомогою політичного міфу архетипи потрапляють до сфери сучасної політики. Новітні інтерпретації архетипів слугують підставою для моделювання нової політичної реальності, створення нових політичних дискурсів[49].

Політична реальність у нашій країні дедалі більше символізується, дедалі більше уможлиблюється поєднання в одну систему ідеологічних та міфологічних конструктів. Іншими словами, політичні суб'єкти, виходячи з наявних ресурсів (інтелектуальних, технологічних, безпекових, інформаційних тощо) можуть використовувати різні механізми символізації і на їх підставі вибудовувати свої комунікаційні стратегії. При цьому варто взяти до уваги, що політичні міфи більш довговічні в силу їх архетипної основи[25].

Етичність використання міфотехнологій у політичному процесі залежить від того, як та з якою метою вони застосовуються. Якщо ці технології використовуються для прозорого інформування виборців, підвищення їхньої обізнаності та залучення до демократичних процесів, це може бути корисним і етично обґрунтованим. Однак, якщо вони використовуються для маніпуляції громадською думкою, поширення неправдивої інформації або створення хибних образів, це підриває демократичні принципи і є неетичним.

Слід зазначити, що під формуванням іміджу політичного лідера ми маємо на увазі процес, що виявляється у двох векторах. Перший вектор — технологічне формування іміджу як артефакту, тобто штучного утворення, який враховує найбільш значущі потреби громадян. Такий імідж, в цілому, може і не відповідати сутності людини. Другий вектор — це спонтанне формування іміджу за певних форс-мажорних обставин, що продиктовано існуючою політичною ситуацією, коли імідж політика будується в уявленнях громадян як такий, що співпадає з його істинною сутністю та намірами.

Сьогодні Україна, як і інші держави в перехідний період, найбільш потребує конструктивних лідерів. Сучасні технології реалізації іміджу політика мають бути лише засобами посилення органічних, професійних характеристик лідера. Якщо їх не існує, тоді виникає явище «штучного лідера», який не може й не повинен довго затримуватись на політичному горизонті[30].

Від самого початку політична міфологія фокусується в архетипному образі надлюдини – реальної постаті, яка ідеалізується суспільною думкою та наділяється певними особистісними надякостями. В сучасних політичних процесах найчастіше образ „політичного героя” використовується під час виборчих кампаній, коли біографічні дані кандидатів ретельно переглядаються, а відтак свідомо виокремлюються та підкреслюються ті, що можуть викликати захоплення чи співчуття виборців. Та в процесі політичної діяльності дії такого політичного лідера, мають бути відповідними створеному для нього образу, тобто якщо політичний лідер в процесі своєї діяльності зміг розвинути у собі якості які були придумані для нього політтехнологами, то ми не може стверджувати що використання міфу у створення його образу мало елементи неетичності. І навпаки, якщо «казка лишається казкою», то використання міфу для формування образу політичного лідера ми вже не можемо назвати етичним.

Забезпечення прозорості, достовірності інформації та захист виборців від маніпуляцій є ключовими аспектами, які визначають етичність використання міфотехнологій у політичному процесі.

Процеси глобалізації у світі призводять до певної універсалізації політичних технологій, але, на наш погляд, більшість з них діють тільки в країнах, які мають подібну політичну культуру. Так, виокремлюється низка факторів, які важливо враховувати при створенні іміджу політика та для використання певного міфу покликаного підсилити його просування: мова, національний характер, особливості сприйняття громадянами інформації і темпоритм, зовнішньополітичні орієнтації держави.

Можемо констатувати, що у країнах з розвинутою демократією виборчі технології створювалися, слідуючи за появою виборів, за формуванням громадянського суспільства, але в Україні цей процес відбувся навпаки: технології почали застосовуватись в умовах ще не зрілої демократії. Саме завдяки цьому, виникли можливості для різного роду маніпуляцій і зловживань[30].

І саме підвищення загальної правової та політичної культури населення, запровадження в освіті обов'язковості надання громадянам відповідних знань, їх популяризація засобами масової інформації дасть змогу сформувати громадянське суспільство, що здатне протистояти маніпулятивним технологіям, шляхом розвитку критичного мислення, підвищення медіаграмотності, активної громадянської участі та створення механізмів прозорості та підзвітності.

З цією метою я б запропонувала кілька конкретних заходів:

Коригування освітніх програм та включення в шкільну та університетську освіту курсів з критичного мислення, логіки та аналізу інформації.

Проведення тренінгів та семінарів для дорослих, які навчають розпізнавати маніпуляції та фальшиві новини.

Заохочення людей перевіряти джерела інформації, оцінювати їхню надійність і звертати увагу на контекст. Підвищення медіаграмотності

Розробка програм медіаграмотності, які вчать громадян розуміти, як працюють медіа, які технології використовуються для маніпуляцій та як відрізнити факти від думок.

Проведення національних та місцевих кампаній з підвищення обізнаності про важливість медіаграмотності та критичного споживання інформації. Активна громадянська участь, залучення лідерів суспільних думок.

Заохочення громадян брати участь у громадських організаціях та ініціативах, які спрямовані на контроль за діями влади та забезпечення

прозорості. Такими прикладами вже зараз стають створення раз громадського контролю при ключових державних органах, але важливо надання їх реальних повноважень для здійснення контролю, та неможливість державним органом ігнорувати або саботувати здійснення такого контролю.

Заохочення громадян до активної участі у виборах та політичних процесах, що забезпечує підзвітність політиків. Забезпечення прозорості та підзвітності, шляхом розміщення усієї повної інформації про їх діяльність на сайтах організацій та популяризація їх діяльності.

Забезпечення вільного доступу до інформації про діяльність уряду, фінансові звіти та інші важливі документи.

Підтримка незалежних медіа та журналістських розслідувань, які можуть викривати маніпуляції та корупцію.

Підтримка та популяризація фатчекінгових платформ, які займаються перевіркою фактів і викриттям фейкової інформації.

Використання алгоритмів та технологій штучного інтелекту для виявлення та блокування фейкових новин і маніпулятивного контенту. Здійснення на міжнародному рівні співпраці, з цих питань.

Впровадження міжнародних стандартів прозорості та підзвітності, співпраця з міжнародними організаціями у боротьбі з маніпуляціями.

Співпраця з іншими країнами та організаціями для обміну найкращими практиками у боротьбі з маніпуляціями та підвищенням медіаграмотності.

Отже, на мою думку суспільство може ефективно протистояти маніпулятивним технологіям, використовуючи різні інструменти освіти, медіаграмотності, громадянської участі та технологій. Ключовим є створення культури критичного мислення та прозорості, що дозволить громадянам бути більш свідомими та захищеними від маніпуляцій.

## **ВИСНОВКИ**

У цій магістерській роботі ми дослідили роль міфотехнологій у формуванні політичних іміджів лідерів національно-визвольних рухів 20 століття. Актуальність цієї теми зумовлена зростанням ролі політичного іміджу в сучасному політичному житті, а також все більшим використанням міфотехнологій для його конструювання.

У цьому дослідженні, ми вивчили та проаналізували використання міфотехнологій у формуванні політичного іміджу та розкрили, як ці технології впливають на громадську думку та яким чином вони функціонують у політичному контексті. Для досягнення цієї мети я буду досліджувати кейси застосування міфотехнологій на прикладі відомих політичних діячів країн в період 20ст.

Я звернулася до історичних документів, щоб розкрити роль міфотехнологій у формуванні політичних іміджів трьох видатних лідерів національно-визвольних рухів 20 століття: Степана Бандери, Махатми Ганді та Нельсона Мандели. Їхні історії, овіяні міфами, стали символами боротьби за свободу та самовизначення, надихаючи мільйони людей по всьому світу.

Проаналізувавши кейси використання міфотехнологій у формуванні політичного іміджу лідерів національно-визвольних рухів 20ст., ми визначили, як впливають на ефективність застосування міфотехнологій демографічні та історичні фактори та проаналізували їхній вплив на аудиторію.

У першому розділі роботи ми визначили поняття політичного іміджу, проаналізували його сутність та основні технології його формування, а також визначили поняття міфотехнологій та проаналізували міфотехнології як ефективний засіб формування політичного іміджу.

У другому розділі роботи ми дослідили використання міфотехнологій на прикладах реальних кейсів створення політичного іміджу політичних діячів 20ст., а точніше – на прикладі Степана Бандери, Махатми Ганді та Нельсона Мандели.

У третьому розділі ми дослідили використання міфотехнологій у сучасній політиці, на прикладі української партії «Голос», а також етичні питання та виклики використання міфів у політичній діяльності.

Отже, проведене дослідження показало, що міфотехнології не лише доповнюють політичний образ, а й створюють його. Саме завдяки міфам лідери набувають рис архетипів, таких як герой, мудрець, пророк або інших. Це робить їх ближчими та зрозумілишими для аудиторії, і, як результат, допомагає доносити ідею та вселяти її у підсвідомості. Таким чином, міфи об'єднують людей навколо спільних цінностей та історичних наративів, формуючи міцний фундамент для національної ідентичності.

Однак у ході проведення дослідження, ми також визначили, що міфотехнології – це не лише звеличення особистості до міфічного, героїчного бездоганного образу. Існують також певні етичні дилеми та виклики щодо їхнього використання, адже маніпуляція за допомогою міфів, фальсифікація історичних фактів та, як ми визначили на прикладі Степана Бандери демонізація опонентів можуть призвести до розколу суспільства, поляризації та навіть насильства.

Відповідальність за етичність та коректність використання міфотехнологій покладається на їхніх авторів, а саме – на лідерів, що створюють свої політичні наративи. Важливість несення відповідальності обумовлюється тим, що міфи не лишаються «казками», а мають потужний вплив на свідомість та дії людей. Відповідно, цей вплив несе за собою і наслідки.

Тема міфотехнологій ще тільки починає з'являтися не як теорія що використовується у дослідженні інших тем, а як самостійне явище що потребує повноцінного різностороннього дослідження. Тому, майбутні дослідження можуть розкрити для нас міфотехнології у різних проявах. Це може бути глибинний аналіз сучасних політичних лідерів, вплив цифрових медіа на формування міфів, еволюція міфотехнологій у контексті глобалізації – це лише

деякі з напрямків, що можуть дати нам нове розуміння того, як міфи переплітаються з політикою та формують наше уявлення про світ. А це, в свою чергу, допоможе нам розібратися, як ми можемо запобігати просуванню неетичних міфів та маніпулювання суспільством через них.

На основі досліджених біографій та архівних документів трьох лідерів національно-визвольних рухів ми також змогли прослідкувати, що міф, міфотворчість не завжди є свідомо застосовуваним інструментом. Г. Почепцов у своїй книзі «Поет як міфотворець» пише: «Вкрай цікавим у цьому відношенні є побіжне питання: чи була для Шевченка міфотворчість свідомою й інтелектуальною справою? Соя відповідь неоднозначна, але, здається, його розуміння власної творчості закорінене в підсвідомості. Момент міфічного коду, глибинних структур, не виокремлюється на тлі цілого силового поля Шевченкової поезії і того «я», яке її творить. І цей синкретизм абсолютно закономірний. Поет відчуває свою творчість як якусь невідому, велику і тривожну силу і з метою захисту не раз іронізує над нею.» Тобто поет розуміє, що його поезія стає інструментом впливу, проте вплив не є першочерговою метою його творення та застосування. [27 с.190]

Важливо також підкреслити, що вплив міфів укорінює їх у підсвідомості людини так, що до намагань відтворити об'єктивну, реальну картину вона може ставитися критично або навіть ворожо. Г. Почепцов у своїй книзі «Поет як міфотворець» пише: «Саме тут і розкривається та загальна соціопсихологічна структура, що мотивувала негативну реакцію. На її поверхні лежить вперте прочитання міфу — всупереч послідовній аргументації самої книжки — як синоніма фікції, неправди. З таким нема як воювати. Але глибша суть структури складніша. Це — можновладдя (користуючись заголовком із згаданої рецензії) самого міфу, його втілення у формах суспільної дії, тобто в ритуалі і в культурі. Бо якщо спілкування з Шевченком, розуміння його особи і його творчості суцільно вміщується в домені священного, якщо він перетворюється на ікону, то вся спроба аналітичного, мовляв, “холодного” підходу може сприйматися як

блюзнірство Тим більше, якщо код аналізу подвійно незвичний (ідеться й про англійську мову, і про структуралізм) і, що, мабуть, важливіше, — якщо під поверхнею свідомості існують не-спокійні пласти колективної непевності. В такій комбінації шукання глибокого, прихованого змісту може стати страшним і загрозливим, а це почуття загрози здатне шляхом проекції перевтілюватися в обурення з приводу мнимого осквернення ікони.» [27 с.193]

Отже, міфи представляють собою не прості історії, а є потужним інструментом, що може об'єднувати або сепарувати людей, «граючи» з їхньою свідомістю. І сьогодні, коли соціальна наука вже має уявлення та певне розуміння що таке міфотехнології і як вони впливають на суспільство, нам, безпосереднім спеціалістам з соціальних наук, важливо транслювати етичність використання таких інструментів, адже у погоні за потужним іміджем одного лідера ми можемо повпливати на глобальні явища, аж до ходу історії.

## ДЖЕРЕЛА

1. "Методичні вказівки щодо семінарських занять з навчальної дисципліни. Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського. 2019. URL: [https://document.kdu.edu.ua/metod/2019\\_1431.pdf](https://document.kdu.edu.ua/metod/2019_1431.pdf).
2. [Лист]. 17 жовт. 1896 р. Letter to the editor of The Times of India.
3. 26 лип. 1933 р. To the Secretary to the Government of Bombay. URL: <https://www.mkgandhi.org/selectedletters/69secretary.html> (дата звернення: 10.03.2024).
4. Bang D. A. Gandhi & science. mkgandhi.org. URL: <https://www.mkgandhi.org/articles/Gandhi&science.php> (date of access: 13.03.2024).

5. Biography of nelson mandela – nelson mandela foundation. Nelson Mandela Foundation. URL: <https://www.nelsonmandela.org/biography> (date of access: 09.06.2024).
6. Britannica, The Information Architects of Encyclopaedia. "Nelson Mandela". Encyclopedia Britannica, 9 Jun. 2024, <https://www.britannica.com/facts/Nelson-Mandela>. Accessed 10 June 2024.
7. Contributors to Wikimedia projects. Truth and reconciliation commission (south africa) - wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Truth\\_and\\_Reconciliation\\_Commission\\_\(South\\_Africa\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Truth_and_Reconciliation_Commission_(South_Africa)) (date of access: 02.06.2024).
8. Devji F. Gandhi against the human race. University of oxford. URL: <https://www.history.ox.ac.uk/gandhi-against-the-human-race> (date of access: 07.06.2024).
9. Digital mythology: a new direction in the study of social myths / D. S. Artamonov et al. International scientific conference «PERISHABLE AND ETERNAL: mythologies and social technologies of digital civilization-2021». 2021. URL: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.12.03.1> (date of access: 09.06.2024).
10. Filmegator. РЕАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ НЕЛЬСОНА МАНДЕЛЫ И ЕГО ТЮРЕМЩИКА! Прощай, бафана. лучшие фильмы. filmegator, 2022. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tVcvqo92Mkc> (дата звернення: 09.06.2024).
11. Gandhi M. K. An autobiography: the story of my experiments with truth / ed. by M. Desai. 2006. URL: <https://franpritchett.com/00litlinks/gandhi/index.html> (date of access: 15.03.2024).
12. Gandhi M. K. Autobiography or the story of my experiments with truth. Yale University Press, 2019. URL: <https://doi.org/10.12987/9780300238402> (date of access: 09.06.2024).

13. Grabowicz G. G. Mythologizing Lviv/Lwów: echoes of presence and absence. Harvard ukrainian research institute. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Hrablych\\_Hryhorii/Mythologizing\\_LvivLwv\\_Echoes\\_of\\_Presence\\_and\\_Absence\\_anhl.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Hrablych_Hryhorii/Mythologizing_LvivLwv_Echoes_of_Presence_and_Absence_anhl.pdf) (date of access: 08.02.2024).
14. Почепцов Г. Имиджелогия. 6-те вид. 2009. 574 с. URL: <https://library.tou.edu.kz/fulltext/buuk/b2051.pdf> (дата звернення: 14.02.2024).
15. Halder T. Coming to terms with Gandhi's complicated legacy. Aljazeera. 2021. URL: <https://www.aljazeera.com/opinions/2021/4/7/coming-to-terms-with-gandhis-complicated-legacy> (date of access: 14.03.2024).
16. Little B. How martin luther king jr. took inspiration from gandhi on nonviolence. Biography. 2021. URL: <https://www.biography.com/activists/martin-luther-king-jr-gandhi-nonviolence-inspiration> (date of access: 09.02.2024).
17. Mandela N. Long walk to freedom. Little, Brown Book Group Limited, 2009.
18. Natrsais G. A., Madras C. Speeches and writings. 3rd ed. 1922. URL: <https://www.mkgandhi.org/ebks/speeches&writingsofmg.pdf> (date of access: 15.02.2024).
19. Neill C. Understanding personality: the 12 jungian archetypes. Moving people to action. 2018. URL: <https://conorneill.com/2018/04/21/understanding-personality-the-12-jungian-archetypes/> (date of access: 14.03.2024).
20. Nelson mandela foundation. Nelson Mandela Foundation. URL: <https://www.nelsonmandela.org/> (date of access: 09.06.2024).
21. Rodriguez J. 10 curious controversies about mahatma gandhi. 2014. URL: <https://listverse.com/2014/10/31/10-curious-controversies-about-mahatma-gandhi/> (date of access: 14.03.2024).

22. Shankar R. The story of Gandhi. New Delhi : CBT, 1969. URL: <https://www.mkgandhi.org/ebks/The%20Story%20of%20Gandhi.pdf> (date of access: 18.01.2024).
23. Sharma A. Gandhi's non-violent "raid" during the salt march. Yale university press. 2015. URL: <https://yalebooks.yale.edu/2015/03/30/gandhis-non-violent-raid-during-the-salt-march/> (date of access: 14.03.2024).
24. Trials and prisons chronology – Nelson Mandela Foundation. Nelson Mandela Foundation. URL: <https://www.nelsonmandela.org/trials-and-prison-chronology> (date of access: 09.06.2024).
25. Акаймова А Маркетингові підходи до формування успішного іміджу політика. Режим доступу: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/PM\\_36\\_44.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/PM_36_44.pdf).
26. Вергун Д. В. Соціокультурні контексти проектування та функціонування концепту іміджу : автореф. дис. ... канд. філос. наук. Київ, 2017.
27. Г. Грабович Поет як міфотворець: семантика символів у творчості Тараса Шевченка /; пер.з англ. С. Павличко. - 2.вид., випр. й авторизоване. - К. : Часопис "Критика", 1998. - 206 с.
28. Г. Почепцов Теория коммуникации Из-во "Ваклер", серия, 2001 367с. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
29. Гордасевич Г. Степан Бандера - людина і міф. Київ : Б-ка українця, 1999. 140 с. URL: <http://history.org.ua/LiberUA/978-617-538-377-3/978-617-538-377-3.pdf> (date of access: 09.06.2024).
30. Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури: особливості формування та механізми реалізації Дис. ... канд. політ. наук: 23.00.03 / Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. Київ, 2007. 209 с.

- 31.Купцова І. «Імідж-технології в системі політичних технологій». Вісник Національного університету "Одеська юридична академія". 48. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/063084b9-0f44-4c38-a7a6-35fe082c3e3a/content> (дата звернення: 13.03.2024).
- 32.Лист. 16 квіт. 1917 р. To Mr Maffey, Private Secretary to Viceroy. URL: <https://www.mkgandhi.org/selectedletters/11maffey.html> (дата звернення: 08.03.2024).
- 33.Лист. 27 жовт. 1920 р. To Every Englishman in India. URL: [https://www.mkgandhi.org/selectedletters/34every\\_englishman.html](https://www.mkgandhi.org/selectedletters/34every_englishman.html) (дата звернення: 19.03.2024).
- 34.Лосєв І. Явище "бандерофобії" в російській свідомості. 2021. URL: <https://web.archive.org/web/20160305113350/http://www.ukrcenter.com/!FilesRepository/Literature\Upload3/56a5ec10-acdd-48a5-abc6-015470c1f22c.pdf> (дата звернення: 14.03.2024).
- 35.М.Ф. Головатий, О.В. Антонюк Політологічний словник: Навч. Посіб. Для студ. Вищ. Закл. МАУП, 2005. – 792с. URL: [https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/kv\\_08.pdf](https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/kv_08.pdf)
- 36.Милосердна І. М. Імідж політичного лідера як категорія PR-технології. Актуальні проблеми політики. 2020. № 64. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i64.191> (дата звернення: 09.06.2024).
- 37.Миф и литература древности. — М.: Наука, Главная редакция восточной литературы, 1978. 605 с.; 2-е изд., испр. и доп. — М., 1998. 800 с.
- 38.Міхеєв В. МІФИ ТА УТОПІЇ МАХАТМИ ГАНДІ: політик, який вирішив стати святим. Huxley.media. URL: <https://huxley.media/uk/mifi-ta-utopii-mahatmi-gandi-politik-jakij-virishiv-stati-svjatim/> (дата звернення: 11.04.2024).

- 39.Онищенко О. О. Політичні технології іміджблдингу – створення бренду. Актуальні проблеми політики. 2021. № 68.. URL: <https://doi.org/10.32837/app.v0i68.1285> (дата звернення: 09.06.2024).
- 40.Посівнич М. Життя, присвячене свободі. Дзвін. 2009. № 1 (771).
- 41.Програма політичної партії «Голос». Режим доступу: <https://golozmin.org/program>.
- 42.Промова. Інавгурац. промова Нельсона Манделі. URL: <https://samorozvytok.info/content/inavguraciyna-promova-nelsona-mandeli> (дата звернення: 15.03.2024).
- 43.Слюсар М. Міфотворчість в комунікативному просторі: до питання концептуалізації проблеми. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. 2018. № 1(84). URL: [https://doi.org/10.35433/philosophicalsciences.1\(84\).2018.71-75](https://doi.org/10.35433/philosophicalsciences.1(84).2018.71-75) (дата звернення: 09.06.2024).
- 44.Согорін А.А. Соціальне міфотворення як складова сучасної реклами. Грані. Соціологія. 2018. Том 21. №2. С. 32-36 Режим доступу: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1100/1120>
- 45.Телеканал 1+1. Секрети бандери. частина - 1, 2014. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZBhpFofYGPs> (дата звернення: 09.06.2024).
- 46.Ткачук О. Бандерофобія росії і польщі. Українська правда. 2010. URL: <https://web.archive.org/web/20160305105603/http://www.ukrcenter.com/!FilesRepository/Literature\Upload3/c2450c67-51bf-44c4-9754-aedc472a458b.pdf> (дата звернення: 14.03.2024).
- 47.Тягнибок О. Століття бандери. Українська правда. 2008. URL: [https://blogs.pravda.com.ua/authors/tiahnybok/4958a36503a78/page\\_2/](https://blogs.pravda.com.ua/authors/tiahnybok/4958a36503a78/page_2/) (дата звернення: 16.05.2024).

48. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу : [монографія] / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України. — К. : Знання України, 2009. — 400с
49. Шайгородський Ю. Міфогенеза в системі політичної теорії. Режим доступу:  
<http://dspace.nbuu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/59796/02-Shaygorodskyi.pdf;jsessionid=FF7AF2A6F983CE91D1EA48C981606A19?sequence=1>
50. Шайгородський Ю.Ж. До визначення сутності поняття «Політичний міф» 53с. URL:  
<https://lib.iitta.gov.ua/107235/1/%D0%94%D0%9E%20%D0%92%D0%98%D0%B7%D0%9D%D0%90%D0%A7%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF%20%D0%A1%D0%A3%D0%A2%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%86%20%D0%9F%D0%9E%D0%9D%D0%AF%D0%A2%D0%A2%D0%AF..pdf> (дата звернення 6.03.2024)
51. Шайгородський Ю.Ж. Політичні міфи сучасної України: позитиви і негативи. Суспільні цінності населення України в теоретичних і практичних вимірах / Авт. Кол.: М.І.Михальченко (кер.) та ін. Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2013. С. 222-242
52. Королько В. Основи паблік рилейшенз URL:  
[https://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/korol/06.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/korol/06.php)
53. Ф. Девіс Создай себе имидж пер. С англ. С.И. Ананін 1998 304с. URL:  
<https://coollib.cc/b/484474-filippa-devis-sozday-sebe-imidzh/readp>
54. Категорії системології політичного світосприйняття: імідж. Реферат онлайн стаття URL: <https://ru.osvita.ua/vnz/reports/politolog/16880/>
55. Юнг К. Г. Архетип и символ. М., 1991. 304 с.
56. Петракова Є. Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера. Політичні технології. 2004. URL: <https://ipiend.gov.ua/wp->

- content/uploads/2018/07/petrakova\_deiaki.pdf (дата звернення: 06.03.2024).
57. Рагімова А. Політичний міф, міфологізація сучасного суспільства за допомогою соціальних мереж. Політологія. 2018. URL: [https://doi.org/file:///C:/Users/koshe/Downloads/1159-Текст%20статті-2236-1-10-20180506%20\(1\).pdf](https://doi.org/file:///C:/Users/koshe/Downloads/1159-Текст%20статті-2236-1-10-20180506%20(1).pdf) (дата звернення: 17.01.2024).
- 58.3 того боку стереотипів поведінки: психологія спілкування / Авт-упор. О. В. Тимченко, В. Б. Шапар. — Х.: Прапор, 1997. — 654 с.
59. European proceedings. URL: <https://www.europeanproceedings.com/book-series/EpSBS> (date of access: 11.06.2024).
60. Klein M. J. Modern myths: science fiction in the age of technology. Brill. 2012. P. 255–279. URL: <https://brill.com/display/book/9789401208581/B9789401208581-s013.xml?rskey=hGD798&result=1> (date of access: 03.04.2024).
61. Jha R. R. Sociology of peace and nonviolence. New Delhi : Northern Book Centre, 2003. 152 p.
62. Little B. How martin luther king jr. took inspiration from gandhi on nonviolence. Biography. 2021. URL: <https://www.biography.com/activists/martin-luther-king-jr-gandhi-nonviolence-inspiration> (date of access: 11.04.2024).
63. Ганді М. К. Сатъяграха / пер. з англ. А. Чапай. Gandhi Study Centre., 1928. URL: <https://texty.org.ua/archive-books/44354/makhatma-handi-satjagraha-u-pivdennij-afrytsi-44354/> (дата звернення: 14.03.2024).
64. [Лист]. 29 лип. 1918 р. 18. То Kasturba Gandhi. URL: [https://www.mkgandhi.org/selectedletters/18kasturba\\_gandhi.html](https://www.mkgandhi.org/selectedletters/18kasturba_gandhi.html) (дата звернення: 05.01.2024).
65. Ratele K., Laubscher L. Making white lives: neglected meanings of whiteness from apartheid South Africa. Psychology in society. 2010. URL: <https://www.scielo.org.za/scielo.php?pid=S1015->

60462010000200006&script=sci\_arttext (date of access: 08.02.2024).

66. Vora, J. A., & Vora, E. (2004). The Effectiveness of South Africa's Truth and Reconciliation Commission: Perceptions of Xhosa, Afrikaner, and English South Africans. *Journal of Black Studies*, 34(3), 301-322. <https://doi.org/10.1177/0021934703258988>
67. Ratele, Kopano & Laubscher, Leswin. (2009). Making White lives: Neglected meanings of Whiteness from apartheid South Africa. *Psychology in Society*. 40. 83-99.
68. Акайомова А. Політичний імідж та основні його характеристики. Проблеми методології. 2009. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/akaiomova\\_politychnyi.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/akaiomova_politychnyi.pdf) (дата звернення: 18.01.2024).
69. Toi Print Edition. Gandhi was obsessed with sex – while preaching celibacy to others: Kusoom Vadgama. *The times of India*. 2014. URL: <https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/the-interviews-blog/gandhi-was-obsessed-with-sex-while-preaching-celibacy-to-others-kusoom-vadgama/> (date of access: 15.02.2024).
70. Angbulu S. Book review: long walk to freedom by nelson mandela. WordPress blog. 2019. URL: <https://stephenangbulu.wordpress.com/2019/09/02/book-review-long-walk-to-freedom-by-nelson-mandela/> (date of access: 08.02.2024).

## ДОДАТКИ

1. Посилання на гугл-таблицю з результатами опитування: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/19Ab30Lmpmk8NYMGp3d0iC8IJ29mieAePxZFPzX7Ft8w/edit?usp=sharing>