

УДК 342.525

А. М. Дегтеренко, М. В. Булик

**ПОЛІТИЧНІ ПРОГРАМИ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА СУСПІЛЬСТВО НА
ПРИКЛАДІ ВИБОРІВ ДО ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ
в 2002 р. в м. МАРІУПОЛІ**

У даний час стає очевидним посилення ролі інформаційної сфери діяльності людства у загальному розвитку сучасного суспільства. У розвинених країнах сфера високих інформаційних технологій поступово стає основним джерелом економічного зростання, визначає структурні зрушення в економіці, забезпечує взаємодію між людьми, різними соціальними стратами і громадськими структурами, між громадянським суспільством і владою. Невипадково питання про використання інформаційних технологій у виборчих кампаніях є предметом постійного дослідження політологів, соціологів, економістів.

Питанням політичної комунікації в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій присвячені роботи зарубіжних дослідників Д. Батлера, Б. Бірельсона, Дж. Бредфорда Делонга, Х. Года, Л. Гроссмана, К. Дойча, Д. Істона, Д. Куа, П. Лазарсфельда, У. Липпмана, Н. Негропonte, Л. Пая, А. Етціоні, українського вченого Н. Костенка, В. Бадріака [1, с. 19-41], В. Бобика [3], Т. Джига [7], О. Мелешенко [9], Г. Почепцова [12, 13, 14], Д. Яковлева [21, с. 116 – 123], В. Шкляра [20], російських дослідників Т. Андреевої, Е. Блажнова, С. Блека.

Фактичну основу дослідження склали матеріали проведеного автором аналізу публікацій видань під час виборчої кампанії, аналізу політичних програм, соціологічних опитувань та прогнозів політико-аналітичних установ, а також конкретних подій виборчого процесу, що відбувалися і були прямо пов'язані з пресою Маріуполя, Донецької області, України загалом, а саме – з визначенням ступеню впливу видань на громадську думку.

Мета дослідження полягає у комплексному вивченні та визначенні факторів ефективності впливу інформаційно-комунікативних технологій під час передвиборчих кампаній в Маріуполі, аналізі передвиборчих програм, як одного з основних інструментів інформаційно – комунікативних технологій.

Об'єкт дослідження – передвиборчі програми, як основні системи інформаційно-комунікативних технологій виборчої кампанії 2002 року в Маріуполі.

Предмет дослідження – взаємозв'язки і взаємовпливи комунікаційних систем і електоральних процесів.

При дослідженні теми автор виходив із вимог загальнонаукових, філософських та політологічних принципів пізнання, а саме: принципів детермінізму, системності, синергетичного визначення історії політичної думки у сфері інформаційно-комунікативних технологій та історизму.

Недостатня розробленість передвиборчих програм політичних партій та блоків, окремих кандидатів залишається однією з найгостріших проблем в процесі проведення виборчих кампаній у сучасній Україні. Світовий досвід довів, що передвиборча програма є одним із важливих факторів у процесі досягнення загальної перемоги на виборах, одночасно, вона є одним з вагомих чинників впливу на політичні уподобання виборців. У країнах розвинутої демократії політична програма виконує функції ідентифікації певної політичної сили або окремого кандидата, вважаючись їхнім головним інтелектуальним надбанням та, відповідно, проектом розвитку певного суспільства та держави на кілька наступних років. Одночасно слід зазначити, що, пропонуючи певну політичну програму, кандидати на отримання влади несуть повну відповідальність за виконання програмних настанов не лише перед населенням країни, а, насамперед, перед власною партією чи тими силами, що висували кандидата.

Загалом передвиборча програма спрямована на досягнення наступних цілей:

- отримання та закріплення за політичною силою або кандидатом підтримки та схвалення власних стабільних прихильників: активістів-волонтерів; фінансових донорів, які забезпечують тим самим захист своїх економічних та фінансових інтересів; частину номенклатури, яка пов'язує свої очікування з приходом до влади даної політичної сили чи окремого кандидата;
- рекламування та пропагування політичної сили чи окремого кандидата в очах тієї частини електорату, що досі не визначилася з власними уподобаннями, насамперед молоддю. Відсутність чітко окреслених політичних інтересів серед значної частини цієї категорії населення дозволяє впливати на їхній політичний вибір шляхом створення привабливих гасел та популярних вимог. При цьому слід брати до уваги нестабільність цих уподобань та необхідність проведення постійного інформування з метою підтримання інтересу до кандидатів серед тих, хто ще не визначається з вибором. Оскільки таких переважна частина суспільства – політична програма спрямована насамперед на них;
- дестабілізація, спроба розколу серед безсумнівних політичних суперників, які будуть змушені шукати адекватні відповіді на вимоги “ворожої” передвиборчої програми. Тим самим будуть змінені головні напрями діяльності суперників, передусім, на захист власних позицій у тих чи інших питаннях політики, економіки, соціального забезпечення, одночасно, зменшиться рівень критики власної політичної програми кандидата. При цьому можлива поява нових прибічників шляхом висунення чітких програмних пунктів, які пропонують нові шляхи виходу з існуючої ситуації.

При цьому передвиборча програма виконує наступні функції:

- Інформативна – доступне викладення основних пунктів програми перетворень, що збирається проводити кандидат.
- Створення сприятливого іміджу, який відповідає певній ситуації в суспільстві, формування індексу “свій” в системі ідентифікації “свій – чужий”.
- Стабілізаційна – створення в очах місцевої номенклатури та бізнес-еліти феномену передбачуваності наступних дій кандидата. Це дозволяє зробити висновок про

безпеку приходу до влади певної політичної сили чи кандидата для корпоративно-номенклатурних та бізнес-інтересів місцевої еліти.

Передвиборча програма передбачає наявність документально закріплених поглядів кандидата чи політичних сил на ситуацію, що склалася, а також шляхи її реформування. Світовий досвід доводить, що передвиборча програма повинна включати до себе не більш, ніж 2 – 3 основних компоненти, що залежать від ситуації, що склалася в суспільстві. Так, наприклад, під час Великої депресії 1929 – 1933 рр. Ф. Д. Рузвельт запропонував у своїй програмі створити для американського суспільства систему соціального захисту, що стало в умовах жорстокої економічної кризи та відсутності соціальних гарантій бажаною панацеєю від всіх соціальних хвороб. Однак, менш ніж за 50 років по тому, кандидат у президенти США Р. Рейган ризикнув запропонувати обмежити соціальні виплати заради розвитку і модернізації американської економіки, що знову ж таки спрацювало. Схожі зміни в свідомості електорату спостерігались і в інших країнах. Це доводить необхідність наявності в передвиборчій програмі як вимог економічного, так і соціального характеру. Вони повинні залежати від існуючої ситуації в економіці і соціальній сфері діяльності суспільства.

Сучасний стан розвитку суспільства передбачає особливу привабливість вимог екологічного характеру. Це дозволяє, передусім, дистанціювати кандидата від “брудних політичних ігор”, а також “нечесних політиків”. Крім того, в умовах екологічної ситуації, що постійно погіршується, це дозволяє без особливих зусиль знаходити об’єкти критики (великі заводи, фабрики, АЕС та т.і.), які навряд чи зможуть швидко організувати відповідний інформаційний контрудар, який зміг би належним чином вплинути на погляди електорату. При цьому, є доволі ефективним, якщо ці підприємства належать до конкуруючої фінансово-промислової групи або галузі виробництва.

Сучасне становище ННД (нових незалежних держав), зокрема України, передбачає наявність в передвиборчих програмах вимог політичного характеру. Інтерес до внутрішньої та зовнішньої політики на даний момент продовжує вважатися одним із домінуючих факторів впливу на сучасне пострадянське суспільство. Це, в свою чергу, передбачає висунення або вимог, орієнтованих на розвиток національно-державного будівництва, або вимог відверто реваншистсько-ностальгічного характеру. При цьому слід враховувати регіон проживання, вік, рівень освіти електорату. Одночасно слід пам’ятати, що, безсумнівно, актуальні внутрішньо – та зовнішньополітичні орієнтири кандидатів втрачають свою привабливість на виборах в місцеві органи влади, де виборців насамперед хвилюють проблеми соціально-економічного характеру. В умовах економічної і соціальної нестабільності особливе значення отримують вимоги національного відродження, пошуку та ідентифікації зовнішніх та внутрішніх ворогів, винуватців національного приниження.

Таким чином, основними компонентами передвиборчої програми є пункти, що торкаються вимог соціального, економічного, політичного, екологічного характеру. Крім цього, можна виокремити фактори регіонально-сепаратистського характеру (Північна Ірландія, Країна Басків, Фландрія, Крим), релігійного характеру (Боснія і

Герцеговина, Північний Кавказ, Північна Ірландія); а також різноманітні вимоги, що відповідають особливостям існування певного регіону.

Структура передвиборчої програми передбачає кілька компонентів:

- вступ – короткий огляд ситуації, що склалася; включаючи локалізацію основних проблем, що стоять перед суспільством;
- пункти програми, які викладають погляди кандидатів на шляхи вирішення проблем;
- заклик, гасло, яке повинно закріпитися в свідомості виборця та чітко ідентифікуватися з кандидатом. Під час безпосередньої передвиборчої кампанії це гасло повинно безперервно нагадувати електорату про кандидата, створювати в нього ефект упізнавання “старого знайомого” [3, с. 31].

Вступ до передвиборчої програми для опозиційного кандидата передбачає наявність кількох проблем, які не знайшли вирішення до цих пір, або ще краще, створених існуючою владою. Серед них особлива увага приділяється соціальним питанням: неефективності пенсійної системи; виплат по безробіттю, материнству; відсутності роботи, високому рівню безробіття; злиденності старих; невлаштованості молоді; неефективності медичного обслуговування та соціального страхування; нестаткам викладачів та лікарів [19, с. 78]. Крім того, значна увага приділяється важкому становищу промисловості; складній екологічній ситуації.

Вступ для кандидата від влади передбачає короткий перелік результатів, досягнутих за попередній строк правління. При цьому увага, головним чином, звертається на пріоритетні для виборців питання. На думку авторів, не слід уникати актуалізації існуючих соціально – економічних та політичних проблем, однак вони повинні виходити з об’єктивних причин, що не залежать від волі кандидата. У наступній частині програми повинні бути накреслені шляхи вирішення поставлених проблем, стратегія подальшого розвитку суспільства, регіону, країни.

Локалізувавши проблеми, кандидат пропонує шляхи вирішення останніх. Важливо дати відповідь на всі поставлені у вступі питання, запропонувавши свої ексклюзивні варіанти. На перше місце звичайно ставляться соціальні проблеми, пропозиції економічного характеру. Залежно від існуючої ситуації значну роль можуть зіграти і вимоги внутріполітичної єдності, або активізації зусиль у сфері зовнішньої політики.

Не зважаючи на обмежені можливості передвиборчої програми слід, максимально більш чітко та детально визначити алгоритм рішення тієї чи іншої проблеми, уникаючи при цьому складних абстрактних фраз або “заїжджених” словесних штампів. Передвиборчі програми провідних політичних партій в країнах розвинутої демократії тяжіють до локалізації своїх програмних настанов, відходу від великих універсальних “програм-панацей”. Такі програми розраховані на вирішення конкретно поставлених актуальних завдань протягом певного строку (4-5 років). При цьому, існуюча проблема повинна бути вирішена у відредений місцевим законодавством термін. Необхідно зазначити, що подібні тактичні розробки завжди знаходяться в руслі стратегічної програми політичної сили, що, зазвичай, розрахована на наступні 10-30 років.

Передвиборче гасло представляє собою вислів, який повинен легко запам'ятовуватися та чітко ідентифікувати кандидата. Наприклад: “В. Іванов – наш Президент!”; “Злодій повинен сидіти в тюрмі” – В. Іванов”; “За вашу і нашу свободу!” і т.і. Краще уникати двозначних тлумачень, що можуть розумітися по-різному, а також таких формулювань, що легко трансформуються в зворотні значення [14, с. 47].

Аналіз політичних програм на виборах 2002 року в Маріуполі дозволяє говорити про кілька характерних особливостей, властивих як українським реаліям взагалі, так і тих, що відображають безпосередньо місцеву специфіку. Ці фактори заключаються у наступному:

- Пріоритетне значення проблем соціального розвитку, передусім, реформи медичного обслуговування, освіти, соціального страхування; вирішення проблем безробіття та створення нових робочих місць; підвищення заробітної платні вчителям та лікарям.
- Вплив великих металургійних та машинобудівних підприємств на ситуацію в місті, в тому числі – на виборчу кампанію. У зв'язку з цим, важливим для благополуччя городян є подальший інтенсивний розвиток промислових підприємств міста.
- Надзвичайна складна екологічна ситуація, що склалася на сьогоднішній день в Маріуполі.
- Розвиток курортної бази Маріуполя, перетворення його на сучасний центр відпочинку мешканців та гостей міста [15, с. 3; 16, с. 3-4].

Вивчення програм кандидатів у народні депутати по 55-56 одномандатних виборчих округах показало, що, в більшості випадків, кандидати зробили ставку не на програму конкретних пропозицій подальшого розвитку міста, регіону та країни загалом, а на критику існуючого становища в Україні та проголошення популістських гасел, не підкріплених реальними практичними кроками. Передвиборчі програми виконували допоміжну функцію у проголошення особистих поглядів кандидатів, не несучи при цьому необхідного інформативного та стабілізаційного навантаження. Більш того, в багатьох випадках кандидати не намагалися навіть досягнути в очах виборців створення привабливого іміджу, навмисно радикалізуючи свої програмні настанови, або значно ускладнюючи інформаційне навантаження програм складними реченнями та специфічними термінами. У значній мірі в програмах кандидатів відсутнє розбиття матеріалу на логічні блоки програмних вимог.

Аналіз вступу в передвиборчих програмах доводить, що кандидати від опозиції зробили наголос на критику існуючої влади та “пропаганду” складного становища сучасної України. Найбільш популярними для них проблемами були:

- масове зубожіння населення, корупція в органах влади, економічна криза, злочинні махінації при проведенні процесу приватизації;
- відчуженість владної еліти України від основної маси населення;
- складна екологічна ситуація.

Одночасно деякі кандидати обрали за об'єкт критики більш конкретні явища. Так, наприклад, П. Л. Шмачков наголошував на негативному впливі на місто великих промислових підприємств та необхідності підпорядкування інтересів власників металургійних комбінатів інтересам всіх маріупольців [6, с. 2]. На думку авторів,

такий тактичний хід лише зашкодив кандидату, оскільки: по-перше, значна частина городян прагне на цих підприємствах і такі вимоги вступають в пряме протиріччя з корпоративними почуттями городян (працівниками металургійного комбінату імені Ілліча, “Азовмаш”, “Азовсталь”); а по-друге, вкупі з тим, що даний кандидат належав до блоку “Наша Україна”, це доводило намагання центру підпорядкувати собі промисловий потенціал регіону та його підприємств. Кандидат в народні депутати Р. М. Мойсідіс, виходячи з програмних настанов “Блоку Наталії Вітренко”, зауважував на руйнівній ролі Міжнародного валютного фонду та різноманітних міжнародних фінансових організацій, основною метою яких є “колонізація нашої держави через політику ліберальної економіки, масової приватизації, усунення народу від впливу на владу” [16, с. 4]. Це повинно було привернути увагу та прихильність антизахідно налаштованих, соціально незабезпечених верств суспільства.

Кандидати від влади, в свою чергу, не заперечуючи тяжкий стан українського суспільства, критикували системні недоліки, одночасно наголошуючи на досягнутих ними результатах, необхідності продовження економічних реформ, недопущенні соціально-економічних потрясінь у суспільстві [15, с. 3; 16, с. 4]. При цьому слід зазначити, що на відміну від минулих виборів практично всі провідні політичні сили висунули на вибори до Верховної Ради та на посаду міського Голови єдині чітко узгоджені кандидатури, спрямувавши всі підконтрольні інформаційні ресурси на їхню підтримку [11, с. 4; 10, с. 5].

Програмні настанови в основному торкалися економічної, соціальної сфери, вимог викорінення злочинності, корупції, боротьби з тіньовою економікою, зменшення чисельності адміністративного апарату. Одночасно більшість кандидатів не змогла чітко окреслити свої пропозиції, обмежившись декларуванням свого негативного ставлення до проблем та готовності вирішувати їх після обрання на заявлені посади. Фактично, кандидати лише завізували про власний хист “пророків у своїй Вітчизні”. Разом із тим, деякі депутати запропонували відносно чітку програму своїх кроків на посаді народного депутата. Так, С. А. Матвієнков основний наголос зробив на розвитку національної економіки, реформі житлово-комунального господарства, адміністративній реформі, необхідності зняття з депутатів недоторканості, прийнятті нового пенсійного законодавства, забороні участі українських Збройних сил у зовнішніх військових конфліктах [15, с. 3]. Одночасно він практично не торкнувся екологічних проблем, зупинившись лише на охороні Азовського моря. Той факт, що С. А. Матвієнков є представником комбінату імені Ілліча, привів до появи в ЗМІ звинувачень у небажанні вирішувати екологічні питання, пов’язані з негативним впливом великих підприємств на довкілля Маріуполя [18, с. 2].

Кандидати від КПУ запропонували єдину програму, прийняту на з’їзді партії, звичайно, із врахуванням маріупольської специфіки. Їхні програмні настанови характеризувалися наявністю традиційних вимог партії, одночасно з’явилися пункти, що були спрямовані на певні електоральні групи (“Програма відселення жителів зі зсувної зони і зони затоплення в місті Маріуполі” та “проти соціального паразитизму”) [15, с. 3; 16, с. 4].

Кандидати від “Нашої України” обмежилися в більшості своїй декларативними гаслами та сподіваннями на авторитет лідера блоку. Однак в Маріуполі після дов-

готривалої інформаційної блокади та негативного ставлення в місцевих ЗМІ це, на думку авторів, привело лише до негативних результатів. Цей момент намагався взяти до уваги А. М. Мороз, який, спираючись на підтримку “Нашої України”, намагався уникати ототожнення з нею, декларуючи себе як незалежного кандидата [16, с. 3]. Він запропонував в основу поставити принцип гуманізації – спрямування всіх зусиль влади на благо людини та ставку на власні можливості України. Крім того, у своїх програмних вимогах, він наголошував на необхідності вибіркової націоналізації промислових підприємств, вже раніше приватизованих, впровадженні єдиного державного податку, ліквідації системи контрактів у ВНЗ, обов’язковому працевлаштуванні випускників після закінчення шкіл, ПТУ, технікумів, ВНЗ [6, с. 12]. А. М. Мороз запропонував впровадження кількох соціальних програм, спрямованих на молодь, повернення вкладів Ощадбанку, однак при цьому не деталізував механізми вирішення цих проблем. Значна увага була приділена екологічній ситуації в Маріуполі: запропонований жорсткий контроль над повітрям, очищення місцевих річок [15, с. 3; 16, с. 3-4].

Традиційно актуальним у програмах кандидатів залишалося питання статусу російської мови. Вважаючись переважно російськомовним містом, населення Маріуполя досить чутливе до вимог надання російській мові державного статусу. Однак, цей пункт у програмах кандидатів в 2002 р. перестав бути серед основних [15, с. 3; 16, с. 3-4].

У сфері зовнішньополітичних орієнтирів більша частина кандидатів виступала за більш тісні зв’язки з сусідніми країнами, особливо виділяючи Російську Федерацію. Причини цього полягають у тісних зв’язках місцевого населення з російським та вигідності економічного партнерства з сусідами [16, с. 3-4; 11, с. 5; 17, с. 1].

Нарівні з традиційними вимогами, в програмах кандидатів фіксувалися достатньо несподівані пропозиції. Так, у програмі кандидата в народні депутати по 56 одномандатному виборчому округу В. В. Черевко було запропоновано тимчасово перенести столицю з Києва до Харкова з метою “зруйнування зв’язків чиновників корумпованих кланових угруповань” [16, с. 4]. Кандидат в народні депутати ВР України по 55 виборчому округу А. М. Сопільник запропонував “проект двоетапного руху до справжньої демократії”. Перший етап – етап конституційної диктатури, розрахований на два роки. Він включає політику духовної революції, антитерору та реформ у сфері моралі та духовності, економіки, права, соціального забезпечення. Тим самим кандидат на першому етапі своєї діяльності свідомо обмежує демократичні права та свободи громадян заради досягнення загального “щастя та прогресу” [15, с. 3]. Другий етап – “період справжнього демократичного розвитку та створення атмосфери стабільності та оптимізму” [15, с. 3]. Слід зазначити, що наряду з відверто нереальними вимогами, ця програма пропонує достатньо чіткі шляхи подальшого розвитку суспільства.

Сучасний досвід використання передвиборчих програм в Україні доводить існування кількох визначальних факторів.

По-перше, програми в основному представляють собою не реальні пропозиції нових шляхів розвитку суспільства, а перелік громіздких, і, в більшості своїй, популістських гасел, що виражали передбачувані сподівання населення.

По-друге, програми різних за ідеологією політичних сил часто не відрізнялися між собою програмними настановами, що свідчить про нерозвиненість ідеологічної бази більшості українських політичних гравців.

По-третє, програмні настанови часто не відповідають змінам, що відбуваються в суспільстві. Прийняті 5-8 років назад, вони до цього часу складають основу передвиборчих програм. При цьому, основні сподівання на перемогу покладаються або на традиційні політичні уподобання тих чи інших верств населення, або на виборчі технології чи прихований адмінресурс.

Логічним наслідком цих явищ є недовіра значної частини електорату до політичних програм, які вважаються лише передвиборчими "приманками" для населення. У свою чергу, невиконання програмних настанов політичними партіями та окремими кандидатами приводить до посилення недовіри суспільства до передвиборчих програм. Таким чином, визначаючись зі своїми політичними уподобаннями виборці вимушені керуватися особистими симпатіями до того чи іншого кандидата, їхньою політичною "легендою", та поведінкою, яка імпонує населенню.

Таким чином, на сьогоднішній день в українському суспільстві передвиборчі програми не виконують всього обсягу завдань, які звичайно покладаються на них. Для політичних партій та окремих кандидатів доволі актуальним є проблема розробки реальних чітких програм, здатних дійсно зацікавити виборців та змінити існуюче критичне ставлення до них на більш сприятливе. Автори вважають, що необхідно відкинути принцип створення універсальних "програм-панацей", запропонувавши замість цього чіткі, детально викладені, хронологічно локалізовані шляхи вирішення соціальних, економічних, політичних проблем.

Одночасно суспільство повинно зайняти більш активну позицію під час розробки передвиборчих програм, зайнявши не пасивно-спостережну, а активно-партнерську позицію стосовно політичних сил та кандидатів. Формування громадянського суспільства в Україні передбачає створення відповідальних політичних структур, які стануть вважати для себе більш вигідним розробку дійсно актуальних передвиборчих програм, і що найголовніше, після виборів будуть виконувати свої обіцянки. У свою чергу, це стане запорукою їхньої перемоги на наступних виборах. Таким чином, повинен створитися механізм взаємної відповідальності громадян та владних структур.

Аналіз передвиборчих програм на виборах 2002 року в Маріуполі показав, що вони до цього часу не перетворилися на детермінанту діяльності політичних сил та окремих кандидатів. Програмні настанови продовжують грати другорядну роль у процесі передвиборчої кампанії. Більшість кандидатів у своїх програмах обмежуються висуненням декларативних гасел, які могли б допомогти їм досягнути популярності серед населення. У висуненні вимог кандидати орієнтуються, переважним чином, на соціальну, економічну, правову сфери та критику діючої влади.

Список літератури

1. Бадрак В. Імідж кандидатів на посаду президента України // Українська журналістика в контексті світової. Зб. наук. праць. Вип.3 За заг. редакцією проф. Шкляра В.І. – К.: Центр вільної преси, 1999. – С. 19-41.
2. Бадрак В. Роль ЗМІ в період передвиборчої кампанії // Роль преси в процесах державотворення: Зб. наук. праць Інституту журналістики Київського університету ім. Т.Шевченка. – К., 1998. – С. 120-122.
3. Бебик В.М. Маркетинг та менеджмент виборчої кампанії (методичні рекомендації). – К., 1997.
4. Блажнов Е.А. Паблик рилейшинз. – М., 1996.
5. Блэк С. Введение в паблик рилейшинз. – Р-на-Д., 1998.
6. Верьте им, люди / Программы кандидатов в народные депутаты // Азовские новости. – 2002. – 21-27 марта. – С. 1-3.
7. Джига Т.В. Застосування елементів відеориторики в політичній рекламі // Наукові записки Інституту журналістики. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2001. – Том 5. – С. 84-87.
8. Дмитриев А.В. Неформальная политическая психология. – М., 1996.
9. Мелешенко О.К. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір. – К.: Центр вільної преси, 1998.
10. Михайлов М. А. Колониари: я несу политическую и моральную ответственность за свои обязательства // Приазовский рабочий. – 2002. – 15 марта. – С. 5.
11. Народный депутат Сергей Матвиенков // Приазовский рабочий. – 2002. – 19 января. – С. 4.
12. Почепцов Г. Вступ до інформаційних війн. – К.: Центр вільної преси, 1999.
13. Почепцов Г. Паблик рилейшенз, или как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 1998.
14. Почепцов Г. Как становятся президентами: избирательные технологии XX века. – К., 1999.
15. Програми кандидатів у народні депутати України по одномандатному виборчому округу № 55 // Приазовский рабочий. – 2002. – 19 февраля. – С. 3.
16. Програми кандидатів у народні депутати України по одномандатному виборчому округу № 56 // Приазовский рабочий. – 2002. – 19 февраля. – С. 3-4.
17. Семусев И. Мы сделаем Мариуполь одним из лучших городов Европы // Приазовский рабочий. – 2002. – 18 января. – С. 1.
18. Три судьбы мариупольца / А. Ковалева // Азовские новости. – 2001. – 6-12 декабря. – С. 1-2.
19. Фаер С. Приёмы стратегии и тактики предвыборной борьбы. – СПб., 1998.
20. Шкляр В.І., Бадрак В.В. Преса та електорат / Журналістика. Вісник Київського університету ім. Т. Шевченка. Вип. 7. – К.: Видавничий центр "Київський університет", 1999. – С. 46-49.
21. Яковлев Д.В. Политический процесс в правовом государстве: роль СМИ // Правова держава: Зб. наук. пр. – Одеса: Астропринт, 2000. – № 2. – С. 116-123.
22. Яковлев Д.В. Социологические интерпретации политической реальности // Правова держава: Зб. наук. пр. – Одеса: Астропринт, 2001. – № 3 – С. 199-203.

Поступило в редакцию 14 июня 2004 г.