

УДК 32.019.5

DOI <https://doi.org/10.30970/2307-1664.2019.26.21>

ЦІННІСНО-НОРМАТИВНІ МЕХАНІЗМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Дмитро Павлов

КЗ вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти»

Дніпропетровської обласної ради

вул. В. Антоновича, 70, 49006, м. Дніпро, Україна

Стаття присвячена розкриттю ціннісно-нормативних механізмів політичної пропаганди. Відповідно до її концепції цінності та норми здатні визначати ефективність політичної пропаганди. Іншими словами, суб'єкти пропаганди здатні досягати своїх цілей з меншою витратою ресурсів, коли вони спираються на ціннісно-нормативні механізми. На думку автора, цінності у формі норм та цінності у формі ідеалів визначають різні типи регулювання політичної поведінки пропагандою. Відповідно до цього автор поділяє пропаганду на процедурну та субстантивну, які доповнюють одна одну. Пропагандисти, щоби вплинути на політичну поведінку, мають пов'язувати реалізацію цінностей, які є важливими для суспільної більшості, тобто можуть бути достатніми підставами надання підтримки, із замовниками пропаганди. Автор класифікує всі цінності, які мають великий мобілізаційний потенціал щодо підтримки тих чи тих політичних сил, на чотири групи. Першу групу складають цінності безпеки, які базуються на інстинкті самозбереження людини та актуалізуються загрозами щодо її біологічного виживання; другу групу – цінності землі, які базуються на ототожненні індивіда з певним етносом, культурною групою, територією проживання, співтовариством у межах певної держави; третю – цінності звільнення, які базуються на прагненні людини до нових можливостей, уникненні будь-якого примусу, тобто цінності, які знайшли втілення в негативних правах людини; четверту – цінності ідеалістів, зокрема цінності справедливого порядку, які базуються на вірі людини в можливість досягти справедливого влаштування світу. Цінності всіх чотирьох груп є значущими для громадськості, але різною мірою. Автор стверджує, що існують різні ієрархії цінностей, властиві різним кластерам суспільства. Відповідно, найбільш значущі цінності, які займають першу сходинку в ціннісних ієрархіях відповідного суспільного кластеру, мають переважну мотиваційну силу щодо визначення тактики та стратегії політичної поведінки. Більшість членів суспільства особливим значенням наділяє ті цінності, реалізація яких перебуває під загрозою. Найбільшу довіру та підтримку суспільства здобувають ті політичні сили, яким вдалося не просто активізувати важливість певних цінностей, а переконати більшу частину суспільства у своїй здатності бути захисниками та відповідальними провідниками цих цінностей.

Ключові слова: аргументативний дискурс, архетип, політичні норми, політична поведінка, політична пропаганда, цінності.

Ефективність політичної пропаганди залежить від норм та цінностей, які панують у суспільстві загалом чи в межах його груп зокрема. Норми та цінності визначають сприйняття політичних суб'єктів та політичної реальності загалом. Лише завдяки ціннісно-нормативному універсуму, який є інтерпретаційною аксіологічною матрицею для реальності, політична реальність може бути оцінена, визначена як значуща чи незначуща у своїх різноманітних проявах та складових.

М. Кастельс ототожнює здатність визначення того, що є цінністю, з владою. Соціолог зазначає, що «цінність фактично є вираженням влади: хто б не володів владою (найчастіше це не ті, хто входить до уряду), той і вирішує, що є цінністю» [1, с. 46]. «Ідеї або якийсь набір ідей можуть відстоюватися як справжня найвища цінність (наприклад, захист

нашої планети, живих істот на ній або як служіння Божому промислу), будучи передумовою всього іншого <...> Цінність – це те, що формується в кожній доміантній мережі щоразу в кожному просторі відповідно до ієрархії, запрограмованої для мережі акторами, що впливають на мережу» [1, с. 46–47].

Згідно з В. Бакіровим, цінності слід розглядати як будь-які предмети людських поривань, прагнень, бажань, які сприймаються свідомістю особистості, соціальних груп, спільнот як такі [5, с. 8]. Завдяки сприйнятим та засвоєним цінностям об'єкти навколишнього світу стають потрібними, важливими, бажаними, приваблюючи людей та спонукаючи їх до певних дій. В. Бакіров виокремлює дві групи цінностей, а саме критеріальну групу, яка включає стійкі уявлення про різні види й типи значущості явищ, тобто те, якими повинні бути предмети та явища, їхні властивості та якості, щоби найкращим чином задовольнити потреби людей, слугувати їхнім інтересам; оцінну групу, яка включає уявлення про справедливе, прекрасне, корисне [2, с. 9].

Цінності можуть бути представленими в суспільній свідомості знаками, символами, абстрактними поняттями (рівність, свобода, справедливість, безпека, демократія тощо), образами та ідеями, які утворюють соціально привабливий світ можливої та бажаної дійсності, а саме ідеальну реальність. Причому через інтерналізацію цінностей людина не лише реалізує відповідні потреби, але й засвоює способи їх задоволення, які визначають алгоритми її індивідуальної та колективної поведінки [2, с. 38].

У політичній сфері цінності визначають значущість об'єктів, явищ, ідей, процесів політичного життя та їхніх властивостей, до яких людина ставиться як до засобів задоволення своїх соціальних потреб, інтересів, залучаючи їх до сфери своєї життєдіяльності [3, с. 292]. Варто зазначити, що ціннісне сприйняття політичних об'єктів може зумовлюватися як об'єктивними умовами розвитку суспільства, його соціально-структурними особливостями, наявними соціально-економічними та політичними відносинами, так і технологічним впливом політичних суб'єктів на громадську думку та політичну поведінку.

Цінності виражаються в нормах. Політичні норми є правилами досягнення політичних цінностей, регулювання політичних відносин, засобами впливу на свідомість та поведінку учасників політичного процесу. Як зазначає П.Дж. Катценштейн, норми – це «колективні очікування щодо належної поведінки акторів із певною ідентичністю» [4, с. 5]. У цьому визначенні слід звернути увагу на слово «належна», яке вказує на контролюючу та підпорядковуючу роль норм. Відповідно до С. Краснера, «норми є стандартами поведінки, визначеної в термінах прав та зобов'язань» [5, с. 2].

У зв'язку з необхідністю забезпечення підтримки політичної влади постає проблема ствердження, захисту та просування таких цінностей, які можуть бути значущими для суспільства, виступаючи основою дій та їх оцінок соціальними суб'єктами. Велику роль в інституціоналізації цінностей як правових норм відіграє державна влада через законодавчі органи, які встановлюють закони, та судові й правоохоронні органи, що забезпечують виконання законів. Тут важливу роль відіграє організаційна чи інституційна пропаганда, що спрямована на встановлення зобов'язуючої ролі цінностей. Однак крім зазначених установ, значний вплив на інтерналізацію цінностей справляють політичні суб'єкти через пропагування ідей, використання символів, образів, емоційні чи добре аргументовані висловлювання. Під час просування та ствердження цінностей значну роль відіграють такі інструменти пропаганди, як міфологізація, сакралізація, ідеологізація та віртуалізація, оскільки вони мають достатній потенціал для непомітної об'єктивації та онтологізації цінностей, коли видимість чи штучно сформована уявна значущість об'єктів політичного світу сприймається як їхня об'єктивна фактичність.

Однією з ефективних технологій ствердження цінностей, їх пропаганди та посилення значущості є перехід від глибинних, спільних для всіх цінностей, пов'язаних з інстинктом самозбереження та потребою самореалізації (безпека, самоповага, батьківщина, свобода, порядок, робота, родина, статок), до більш абстрактних (права людини, національні інтереси, демократія, ринок, правова держава тощо). Ефективність цієї технології базується на тому, що глибинні цінності осмислюються більшістю суспільства як первісні та необхідні життєві потреби, безпосередньо пов'язані з повсякденним досвідом, мають високу інтегративну здатність щодо суспільних сил незалежно від ідеологічних орієнтацій та соціально-класових характеристик їх учасників. Ефективною технологією захисту та просування цінностей є драматизація реальності через актуалізацію загрози, яка активізує страх втрати однієї чи декількох життєвих цінностей (безпеки, свободи, порядку), що, відповідно, приводить до страху втрати особистості та суспільством своєї ідентичності, а також упевненості в майбутньому.

Важливе місце в обґрунтуванні та інтернаціоналізації норм, зокрема проблематичних, на думку К.-О. Апеля, посідає аргументативний дискурс усіх можливих учасників, адже «аргументативний дискурс усіх можливих учасників є ідеальною інстанцією обґрунтування та легітимації норм, що стали проблематичними» [6, с. 235]. Аргументативний дискурс як інстанція пропаганди має особливе значення як механізм формування соціального консенсусу, зокрема, стосовно ієрархій цінностей. Тут дуже важливо наголосити на тому, що завдяки вибору тем та учасників політичного дискурсу пропаганда досягає намічених цілей, не втручаючись у протікання обговорення. Фактично глядачів переконують у тому, що політичне рішення, ухвалене владною верхівкою, є єдино можливим, а норми та цінності підтримує розумна більшість у суспільстві. Як приклад можна навести рішення про високі зарплати чиновників, депутатів, суддів, менеджерів державних кампаній в Україні на тлі зубожіння основної частини населення. Такі зарплати обґрунтовуються прагненням запобігти корупції серед осіб, що ухвалюють важливі для держави рішення, а насправді такі рішення сприяють соціальній деполаризації та ерозії суспільної солідарності.

Для регулювання пріоритетності цінностей суспільного організму особливу роль відіграють пропагандистські технології встановлення порядку денного, праймінгу та фреймінгу.

Ж. Бодрийяр звернув увагу на те, що цінності більшості суспільства дедалі більше формуються під впливом технологій видовищності, які завдяки знакам, символам та образам, що здатні заворожувати та зачаровувати, дають можливість індивідам протистояти «терору схематизації» та вислизати від примушення, здобуваючи примарну «свободу» [7, с. 15]. У технологіях видовищності поєднуються технології драматизації, естетизації та стереотипізації політичного світу. Якщо технологія драматизації ґрунтується на прищепленні громадськості сприйняття політичного світу як арени боротьби, то технологія естетизації – на активізації прагнення мас до прекрасного та надання естетичному критерію статусу інтерпретативного критерія оцінювання політичних суб'єктів, зокрема, в політичних відносинах, а технологія стереотипізації – на прагненні мас до спрощеного та емоційно насиченого погляду на політичні явища та об'єкти.

Відзначимо також роль флагманів пропагандистського впливу, лідерів думок, зокрема політичних експертів, які через те, що користуються особливою довірою суспільства, мають соціальну владу щодо сприяння просуванню та інтерналізації цінностей у масовій свідомості.

За рахунок ціннісних суджень авторитетних осіб, що актуалізують у суспільному сприйнятті цінності, які слугують достатнім обґрунтуванням для будь-яких владних

практик політичних суб'єктів, відбувається ціннісне зрушення у свідомості та поведінці. Так, здійснюється розширення «вікна Овертона», або вікна дискурсу, коли суспільство внаслідок цинічної деморалізації втрачає ціннісні орієнтири настільки, що готове змиритися з будь-якими злочинами проти себе.

Значну роль у забезпеченні ціннісного підґрунтя для формування потрібної політичної поведінки відіграють ідеологічні доктрини та засновані на них концепції захисту прав людини. Так, відомо, що ліберали роблять акцент на гарантуванні негативних прав людини, зокрема громадянських та політичних свобод, нехтуючи позитивними, зокрема правом на працю, соціальним забезпеченням, гідним рівнем життя. На відміну від лібералів, ліві, недооцінюючи негативні права людини, традиційно захищають позицію, за якої навіть з усієї сукупності позитивних прав єдино важливим визнається право на соціальну захищеність.

Представники лівого центру вважають, що однаково та повністю повинні реалізовуватися як негативні, так і позитивні права, оскільки вони перебувають у відношеннях взаємного доповнення. На думку лівоцентристів, в інтересах людської гідності права людини не можуть бути ні чимось зумовлені, ні протиставлені одне одному, адже вони є неподільними. Права й свободи особи, демократичне право брати участь у прийнятті рішень та права на соціальний захист взаємообумовлені, отже, лише їх сума спроможна гарантувати свободу людині. «Лише там, де реалізовані соціальні права людини, всі члени суспільства можуть реально користуватися індивідуальними правами. Лише там, де пошана індивідуальних прав людини припускає плюралізм думок та політичну активність, люди можуть скористатися своїм правом на достатнє харчування, житло, роботу та освіту. Лише сукупність індивідуальних та соціальних прав людини робить можливим створення гідних людини життєвих умов» [8, с. 235].

На нашу думку, цінності у формі норм та ідеалів визначають різні типи регулювання пропагандою політичної поведінки. Щодо регулювання політичної поведінки через норми ми можемо говорити про процедурну пропаганду. Фактично це є тактичною пропагандою. Вона націлена на зміну законодавства, наприклад, на зміну виборчого закону або на створення нових органів державного регулювання. Стратегічна, або субстантивна, пропаганда націлена на ухвалення рішень, що безпосередньо стосуються втілення високих стандартів життя, суспільних ідеалів широкого загалу суспільства. Процедурна та субстантивна пропаганди доповнюють одна одну. Без зміни законодавства неможливо реалізувати якісні суспільні зміни, що стоять на порядку денному.

Демонстрація та повага до певних цінностей свідчать про відповідну ідентичність та є одними з головних підстав надання довіри тими, для кого ці цінності є вагомими. Отже, пропагандисти, щоби вплинути на політичну поведінку, мають пов'язувати реалізацію цінностей, які є важливими для суспільної більшості, тобто можуть бути достатніми підставами надання підтримки, із замовниками пропаганди. Очевидно, всі цінності, які мають великий мобілізаційний потенціал щодо підтримки тих чи тих політичних сил, можна звести до чотирьох умовних груп. Першу групу складають цінності безпеки, які базуються на інстинкті самозбереження людини та актуалізуються загрозами щодо її біологічного виживання (до цінностей безпеки належать такі права людини, як право на життя та його гідний рівень, право на працю та соціальний захист); другу групу – цінності землі (цінності території, крові та долі), які базуються на ототожненні індивіда з певним етносом, культурною групою, територією проживання, співтовариством у межах певної держави, а також актуалізуються загрозами колективним інтересам, відповідно, етнічним, культурним, регіональним, національно-державним; третю групу – цінності звільнення,

які базуються на прагненні людини до нових можливостей, уникненні будь-якого примусу, гніту, тиранії, самовираженні, творчості, а також активуються нагнітанням страху посилення державного контролю, проявами чиновницького свавілля, обмеженням можливостей вільного просування чи самовираження, скочуванням політичного режиму до авторитаризму (до третьої групи належать цінності, які знайшли втілення у негативних правах людини, зокрема свободі слова, релігії, зборах, пересуванні, недоторканності особистості, житла, у праві на приватну власність, праві на опір злочинній владі); четверту групу – цінності ідеалістів, зокрема справедливого порядку, які базуються на вірі людини в можливість досягти справедливого влаштування світу та актуалізуються загрозами уповільнення чи припинення руху до реалізації на практиці ідеалів справедливого ладу (до четвертої групи належать такі цінності, як правова держава, держава добробуту, комунізм).

Дослідження програмних стратегій політичних сил різних ідеологічних напрямів дає змогу стверджувати, що цінності саме в межах цих чотирьох груп використовуються як головний арсенал впливу на громадську думку та політичну поведінку задля отримання підтримки цими силами в боротьбі за владу. Проте різні за ідеологією політичні сили надають неоднакову значущість кожній з цих груп цінностей. Так, ліві політичні організації традиційно віддають перевагу цінностям першої групи з акцентом на забезпеченні соціального захисту людини. При цьому особливу увагу вони приділяють формулюванню та реалізації на практиці ідеалу справедливого порядку. Певний сегмент лівих політичних сил, як правило, лівоцентристи, намагається однаковою мірою поєднувати цінності першої та другої груп. Центристи (різні ліберали) виходять переважно з цінностей третьої групи. Праві політичні сили (націоналісти, нацисти, неофашисти) основний акцент роблять на цінностях другої групи, надаючи іншим групам цінностей другорядне значення. Всі ідейно-політичні сили мають уявлення про ідеальний порядок, але він є стратегічною метою та вінцем розвитку цінностей відповідної групи цінностей.

Цінності всіх чотирьох груп є значущими для громадськості, але різною мірою. Можна стверджувати, що існують різні ієрархії цінностей, властиві різним кластерам суспільства. Відповідно, переважну мотиваційну силу щодо визначення тактики та стратегії політичної поведінки мають найбільш значущі цінності, які займають першу сходинку в ціннісних ієрархіях відповідного суспільного кластеру. Слід також враховувати, що особливого значення у більшості членів суспільства набувають ті цінності, реалізація яких перебуває під загрозою, а найбільшу довіру та підтримку суспільства здобувають ті політичні сили, яким вдалося не просто активізувати важливість певних цінностей, але й переконати більшу частину суспільства у своїй здатності бути захисниками та відповідальними провідниками цих цінностей.

Ефективна політична пропаганда, що обслуговує політиків та політичні сили, має здійснюватися з урахуванням тих цінностей, які мають найбільший мобілізаційний потенціал щодо певного суспільного кластеру. Здійснення політичної пропаганди з опорою на цінності першої групи передбачає формування іміджу політичного лідера з найбільш повним втіленням рис турботливого батька чи матері, чуйного захисника знедолених та нужденних. Тут пропагандою активізується архетип Великої Матері або архетип Деміурга, Світовлаштовувача, або його проєкції, а саме Господаря. Цінностям другої групи відповідає образ із вираженими рисами лицаря, воїна, вождя, героя в латах, захисника території. Цінності третьої групи вимагають побудови образу на основі архетипу трикстера, який вбирає в себе архетипові риси бунтаря, народного трибуна. У давньогрецькій міфології ним є Прометей, що подарував людям вогонь, звільнивши їх від примх богів. Проєкцією цих архетипних образів є позасистемник, борець з системою. Цей образ ефективно

використала американська політична пропаганда під час президентських виборів Б. Обами (2008 р.) та Д. Трампа (2016 р.). Цінності четвертої групи передбачають формування образу з опорою на архетип мудреця, святого, пророка, просвітника. Проте більшість публіки хоча ставиться з повагою до пророків, мудреців, проте воліє обирати не стільки мудрих, скільки схожих та зрозумілих, тому образ мудреця в політиці є безперспективним. Звичайно, мудреців, пророків поважають, їх готові слухати, погоджуватися з ними, але більшої частині суспільства потрібен господарник, захисник-воїн або спаситель-борець із несправедливою системою.

У зв'язку з виділеними чотирма групами цінностей можна говорити про перевагу патерналістської, патріотичної, активістсько-емансипаторської чи утопічної свідомості серед більшості суспільства. Ця перевага визначається конкретно-історичними та соціокультурними умовами життя кожного суспільства. Дієвий вплив політичної пропаганди на суспільство обумовлюється конкретними історичними обставинами та найбільшими потребами більшості суспільства. Політична пропаганда пропонує суспільству цінності, але вони мають відповідати глибинним потребам широких мас на певному етапі розвитку країни.

Слід відзначити, що кожна окрема цільова група пропаганди має свої особливі цінності та шляхи, за якими, на їхню думку, вони мають відстоюватися, тому успішний пропагандист у своїх підходах повинен демонструвати гнучкість та диференційоване ставлення. Не треба говорити пенсіонерам про боротьбу з безробіттям, а студентам – про підвищення пенсій. Кожен політичний суб'єкт зацікавлений лише в тих цінностях, укріплення та гарантування яких може мотивувати його поведінку, зміцнити намір голосувати за нав'язаним пропагандою сценарієм.

У межах ціннісного визначення політичної реальності ідеали стають стимулами, своєрідними «топосами бажань», а «вороги», які зазіхають на цінності та стоять на шляху їх утілення, стають точками відрази та цілями боротьби. Описуючи політичну реальність в аксіологічному ключі, пропаганда формує бажану політичну поведінку.

Важливо зазначити, що існує два підходи до етичних цінностей у політиці, а саме етика переконання та етика відповідальності. Залежно від ситуації пропаганда намагається нав'язати суспільству принципи або етики переконання, або етики відповідальності. Сутність етики відповідальності загалом зводиться до принципу «мета виправдовує засоби», або, за веберівською рецепцією, «ти повинен насильно протистояти злу, інакше за те, що зло візьме гору, відповідальний ти» [9, с. 696]. Тут знаковими є слова «насильно» та «зло». Інакше кажучи, існування зла виправдовує насильство. Сутність етики переконання зводиться до того, що добру зі злом не слід домовлятися, вступати в компроміси. Якщо пропаганда нав'язує етику переконання, вона прагне жорстко поляризувати суспільство та налаштувати групи прибічників на безкомпромісну боротьбу. В етиці переконання засоби виправдовують ціль, яка не може бути досягнута через примирення з ворогом. Етика переконання широко застосовується в політичній пропаганді талібів, ІДІЛ та будь-яких фундаменталістів.

Отже, ефективність політичної пропаганди залежить від норм та цінностей, які панують у суспільстві загалом чи в межах його груп зокрема. Норми та цінності визначають сприйняття політичних суб'єктів та політичної реальності загалом. Лише завдяки ціннісно-нормативному універсуму, який слугує інтерпретаційною аксіологічною матрицею для реальності, політична реальність може бути оцінена, визначена як значуща чи незначуща в різноманітних своїх проявах та складових, тому пропаганда зацікавлена в правильному щодо її цілей ціннісному визначенні реальності, її аксіологічному переосмисленні.

Механізм визначення поведінки політичних суб'єктів за допомогою цінностей полягає в їх активізації за допомогою наявних чи уявних загроз із подальшою пропозицією не лише подолати загрози, але й гарантувати укріплення важливих для більшості цінностей.

Певними «точками з'єднання» для ціннісного визначення реальності є ідеали та вороги. Ідеали є стимулами, деякими «топосами бажань», тоді як «вороги» постають точками відрази, відштовхування, джерелами агресії та цілями боротьби. Завдяки образам ідеального та ворожого пропаганда наповнюється мобілізаційним потенціалом та визначає поведінку політичних суб'єктів.

Список використаної літератури

1. Кастельс М. Власть коммуникации : учебное пособие / пер. с англ. Н.М. Тылевич ; под науч. ред. А.И. Черных. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
2. Бакиров В.С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. Харьков : Вища школа, 1988. 152 с.
3. Политология : энциклопедический словарь / общ. ред., сост. Ю. Аверьянов. Москва : Издательство Московского коммерческого университета, 1993. 431 с.
4. Katzenstein P.J. Introduction: alternative perspectives on national security. *The culture of national security: norms and identity in world politics*. New York : Columbia University Press, 1996. P. 1–32.
5. Krasner S.D. Structural causes and regime consequences: regimes as intervening variables. *International regimes*. Ithaca : Cornell University Press, 1983. P. 1–23.
6. Апель К.-О., Єрмоленко А.М. Ситуація людини як етична проблема. *Комунікативна практична філософія*. Київ : Лібра, 1999. С. 231–354.
7. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / пер. с фр. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2000. 96 с.
8. Новая программа принципов Социал-демократической партии Германии (Бонн, 1989 г.). *Современная социал-демократия: теория и практика*. Москва : НИИВО-ИНИОН, 1993. С. 229–249.
9. Вебер М. Политика как призвание и профессия. *Избранные произведения*. Москва : Прогресс, 1990. С. 644–706.

VALUE-NORMATIVE MECHANISMS OF POLITICAL PROPAGANDA**Dmytro Pavlov***Communal Institution of Higher Education Dnipro Academy of
Continuing Education of Dnipropetrovsk Regional Council
V. Antonovich str., 70, 49006, Dnipro, Ukraine*

The author devoted the article to the disclosure of value-normative mechanisms of political propaganda. According to his concept, values and norms can determine the effectiveness of political propaganda. In other words, propaganda actors are able to achieve their goals with less expenditure of resources when they rely on value-normative mechanisms. According to the author, values in the form of norms and values in the form of ideals determine different types of regulation of political behavior by propaganda. According to this, the author divides propaganda into procedural and substantive, which complement each other. Propagandists, in order to influence political behavior, must associate the realization of values that are important to the public majority, that is, may be sufficient grounds for providing support, with the customers of propaganda. The author classifies all values that have a great mobilization potential to support certain political forces into four groups. The first group is the values of security, which are based on the instinct of human self-preservation and are actualized by threats to its biological survival. The second group is the values of the land, which are based on the identification of the individual with a certain ethnic group, cultural group, territory of residence, community within a certain state. The third group is the values of liberation, based on the human desire for new opportunities, the avoidance of any coercion. The third group includes values that are embodied in negative human rights. The fourth group is the values of idealists, in particular the values of a just order, which are based on human belief in the possibility of achieving a just world order. The values of all four groups are significant to the public, but to varying degrees. It can be argued that there are different hierarchies of values inherent in different clusters of society. Accordingly, the most significant values that occupy the first line in the value hierarchies of the corresponding social cluster have a predominant motivational force in determining the tactics and strategy of political behavior. For most members of society, the values whose realization is under threat are of particular importance. The greatest trust and support of society is gained by those political forces which managed not only to activate importance of certain values, but also to convince the most part of society of the ability to be defenders and responsible conductors of these values.

Key words: argumentative discourse, archetype, political norms, political behavior, political propaganda, values.