

УДК 329:323

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.44.31>

АНТИКРИЗОВІ ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ В УМОВАХ ПОЛІТИЧНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Олексій Третяк

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
просп. Гагаріна, 72, 49010, м. Дніпро, Україна*

Сергій Ставченко

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
просп. Гагаріна, 72, 49010, м. Дніпро, Україна*

У статті розглядаються політико-технологічні особливості збереження стратегічної політичної стабільності, формування сприятливої громадської думки, гнучкості та адаптивності систем політичного управління в умовах політичних трансформацій. Визначається значення координації, мультиплікаційного ефекту, запланованих результатів та корекції дій під час реалізації політичних проєктів. Встановлюються особливості уточнення змісту поняття та явища антикризових політичних технологій у зв'язку із завданнями національної консолідації, зосередження ресурсів для протидії політичним технологіям російського агресора. Аналізуються напрями політико-організаційних заходів антикризового характеру, які мають враховувати перспективу модернізації політичної системи. З'ясовується зміст превентивних політичних технологій, які розв'язують системні завдання політичного розвитку. Встановлюються етапи планування, координації та передбачення кінцевих результатів політичної кампанії. Досліджується відображення політичних позицій та їх зміни, які виступають об'єктом впливу антикризових політико-організаційних дій держави. Оцінюються висвітлення подій в умовах кризи, яке передбачає створення цих подій та блокування доступу до небажаного висвітлення подій. Надається увага динаміці зміни «межі» управління громадською думкою та спроможності її спрямування в бажаному напрямку. Визначаються умови, які забезпечують використання сприятливої громадської думки про недопущення або подолання політичної кризи, підтримки чи поліпшення репутації політичного суб'єкта в ситуації політичної кризи. З'ясовується типологія функцій кризових комунікацій, зокрема інформаційної, коли мас-медіа виступають носіями інтересів та прав людей на володіння повною інформацією; оцінювальної, коли ЗМІ в неявному вигляді формують уявлення людей щодо масштабів та значущості кризи. Вивчаються можливості забезпечення принципу відповідальності за кризу (ризик); принцип повноти розкриття інформації про кризу (ризик); принцип симетричної комунікації. Аналізуються чинники формування антикризової політичної PR-стратегії, орієнтованої на зміну ситуації або на адаптацію до неї. Вивчається процес диверсифікації кризової політичної комунікації, спрямованої на те, щоб запобігти негативним наслідкам кризи або зменшити їх, і тим самим захистити учасників соціально-політичного процесу. Розглядаються основи технології політичного консенсусу як одного з провідних базових елементів національної консолідації в умовах військової кризи.

Ключові слова: політична криза, антикризова політика, політичні технології, демократизація, політична трансформація, політична участь, політичні комунікації.

Постановка проблеми. В умовах процесів політичної адаптації українського суспільства під час широкомасштабної збройної агресії актуальності набуває застосування інструментів протидії кризовим явищам. Це стосується передусім збереження стратегічної політичної стабільності, формування сприятливої громадської думки,

гнучкості та адаптивності систем політичного управління. Політичні технології в сучасному фаховому дискурсі охоплюють засоби досягнення певної політичної мети на основі стандартизованих та запланованих практик політичної діяльності. Означене включає координацію, мультиплікаційний ефект, заплановані результати та корекцію під час реалізації проєктів. На відміну від понять «політична реклама», «політична пропаганда», «політичні PR» тощо, політичні технології розглядаються як засоби управління наявними ресурсами політичного суб'єкта з метою досягнення запланованих показників або цілей політичної кампанії.

Антикризовий характер політичних технологій визначається на основі завдань, які замовник та виконавець з'ясовують у межах кризових ситуацій. Відповідно, політичні технології можуть бути як політико-комунікаційними так і політико-організаційними. В умовах української кризи доречним є уточнення змісту поняття та явища антикризових політичних технологій у зв'язку із завданнями національної консолідації, зосередження ресурсів для протидії політичним технологіям російського агресора, спрямованих на дезінтеграцію українського суспільства. Важливого значення ідентифікація антикризових політичних технологій набуває в умовах бачення перспектив розвитку післявоєнної розбудови українського суспільства та його руху до зразків сталої консолідованої демократії.

Аналіз публікацій. Значення сучасних політичних технологій як теоретичного й прикладного концепту сучасної політичної науки вивчала низка українських науковців. Зокрема, С. Денисюк дослідила технологічні виміри політичної комунікації [1], Д. Кіслов розкрив значення політичної безпеки масових комунікацій [2], О. Ковальова з'ясувала особливості політична інтеграція в Латинській Америці на тлі економічних криз [3], В. Недбай долучився до розгляду медійно-технологічного аспекту сучасних політичних комунікацій [4], колектив авторів під керівництвом Ю. Шайгородського окреслив параметри політичного поля України у ситуації суспільної кризи з урахуванням дій влади, опозиції, політичних партій, громадських організацій [5], Г. Щедрова визначила співвідношення політичних конфліктів та криз [6]. Разом з тим, антикризовий зміст політичних технологій потребує свого подальшого розкриття.

Метою статті є встановлення значення антикризових політичних технологій в контексті політичних трансформацій. Завданням статті є ідентифікація сфери застосування антикризових політичних технологій.

Основний зміст. Формування антикризових політичних технологій відбувається в середовищі медіації політики. Суто організаційні політико-технологічні дії зумовлюють або є підпорядкованими ситуації комунікаційного забезпечення кризових рішень. У зв'язку з цим будь-які публічні політичні дії антикризового характеру мають кореспондуватися з поточною політико-медійною ситуацією та політико-медійною історією. О. Загірний слушно вказує, що «у постіндустріальному світі, за умов появи феномену медіатизації політичної взаємодії та розвитку медіаполітичної системи саме медіа-скандал стає одним із головних факторів демократичного транзиту та, водночас, дієвою технологією політичного впливу» [7, с. 56].

Водночас політико-організаційні заходи антикризового характеру мають враховувати перспективу модернізації політичної системи. В умовах, коли демократизація має перешкоди або уповільнюється, додатковим завданням антикризових політичних технологій є прискорення процесів модернізації та зупинення тенденції демодернізації. О. Загірний стверджує, що «на відміну від природної демократизації, яка напряду пов'язується із раціоналізацією та модернізацією, у більшості пострадянських країн демократизація відбувається, навпаки, в умовах демодернізації. Медіатизація політики та медіа-скандали, як

технологія політичного впливу у цьому сенсі сприяють демодернізації, а раціоналізація політичної взаємодії – з модернізацією» [7, с. 56].

Антикризовий характер сучасних політичних технологій зумовлюється також особливостями структури перехідної політичної системи. Превентивні політичні технології розв'язують системні завдання політичного розвитку. Вони можуть застосовуватися навіть поза межами конкретного кризового кейсу. Також вони є спрямованими на відвернення масштабного колапсу системи. Згідно з О. Загірним, «медіа-скандали у процесі демократичного транзиту в Україні напряду пов'язуються із політичною корупцією, вбивствами журналістів та бізнесменів, торгівлею зброєю тощо. Натомість, вони охоплюють більш широке коло питань – від якості політичної еліти й чесності електоральних змагань до визначення форми правління та моделі виборчої системи» [7, с. 57].

Політико-організаційна інтерпретація протидії кризовим явищам спрямована на застосування маркетингових підходів. Це визначає етапи планування, координації та передбачення кінцевих результатів політичної антикризової кампанії. Ну думку української вченої В. Бабіної, «у зв'язку із маркетинговими новаціями політична взаємодія стала інтерпретуватися як політичний ринок, а на рівні з економічним маркетингом виник політичний маркетинг, який має такі значення: дослідження суспільної свідомості з метою виявлення соціальних та економічних установок як електорату, так і політичної та правлячої еліт; регулювання правовими, адміністративними та іншими заходами політичних відносин у процесі функціонування політичної сфери суспільства (насамперед вибір норм представництва та процедур обрання органів влади)» [8, с. 23].

Можливості розв'язання політичних криз та їх запобігання (особливо в умовах військового стану) повинні враховувати різноманіття політичних та медійних суб'єктів. Значення політичних позицій та їх зміна виступають об'єктом впливу політика організаційних дій держави. Вони мають плануватися з урахуванням конкурентності та відкритості політичного середовища. Як вірно вказує В. Бабіна, «розробку відповідних іміджів політичних, державних та інших інституцій, ідей, доктрин, окремих лідерів та особистостей тощо; систему заходів щодо впровадження у суспільну свідомість відповідних коректив і поправок стосовно об'єктів і суб'єктів політичної діяльності» [8, с. 23]. Зазначене відрізняє, зокрема, антитоталітарні демократичні політичні сили під час їх боротьби з правлячими режимами. Про це свідчить досвід сучасної Польщі [11].

Політико-організаційні пріоритети політико-комунікаційного забезпечення антикризової політики набувають значення контексті конкретної історії політико-медійної взаємодії. Висвітлення подій в умовах кризи передбачає створення цих подій та блокування доступу до небажаного висвітлення подій. І все це здійснюється в рамках правового поля і демократичних правил гри. «Сучасні маркетингові технології, що включають політичну рекламу, мають такі особливості: маркетингова комунікація спрямована на цільову аудиторію; ефективність комунікації визначається повторюваним характером повідомлення, інтенсивністю й динамікою поширення інформації, частотою інформаційних комунікаційних контактів, непряма реклама, заходи PR, контакти з громадськістю (прес-конференції, «круглі столи», участь кандидата у теледебатах, інформаційних програмах, концертах, публікацій рейтингів)», зауважує В. Бабіна [8, с. 24].

Зміст комунікаційної протидії кризі визначається на основі чіткого усвідомлення потенціалу конкретних медіа-засобів політичного впливу. Зокрема, на прикладі реклами можна побачити «межі» управління громадською думкою та спроможність її спрямування в потрібному напрямку. Українська дослідниця слушно відзначає необхідність поєднувати на будь-якому рівні маркетингові та немаркетингові технології в рамках ефективної

кампанія з формування іміджу суб'єктів політичної діяльності. «Таким чином, завдання політичної реклами – актуалізувати імідж кандидата у стислий термін, різко посилити його позитивні складові частини та приглушити негативні сторони» [8, с. 24].

Превентивне управління політичною кризою є частиною антикризового політичного PR (кризових політичних зв'язків з громадськістю), який спрямований на використання сприятливої громадської думки про недопущення або подолання політичної кризи, підтримки чи поліпшення репутації політичного суб'єкта в ситуації політичної кризи або створення такої думки при ефективному використанні політичної кризи [9]. Особливо наочно це видно в середовищі електронної демократії. Згідно з позицією, яку висловлює А. Прохоренко, «електронна демократія залучає громадян до прийняття політичних рішень, зміцнює вертикальну комунікацію, дає можливість «пробиватися» ініціативі «знизу». Звичайно, за певних умов це може призводити до маніпулювання свідомістю, коли, приймаючи і реалізуючи ініціативи, які не потребують колосальних ресурсів, політичні партії і уряди без втрат ресурсів підвищують рівень довіри до себе. Але переважно йдеться про позитивні здобутки електронної демократії та підвищення рівня громадянської активності. Це, зокрема, стосується електронного голосування» [10, с. 317]. Водночас, у період фінансово-економічної кризи слід враховувати причини та обставини ухвалення хибних політико-організаційних рішень [12].

Доречно вказати й на специфіку медіасупроводу кризової ситуації у демократичних політичних системах та охарактеризовано його головні етипи. Ключову роль у кризовій політичній комунікації відіграють мас-медіа, які в умовах політичної кризи виконують такі важливі функції: інформаційну, коли мас-медіа виступають носіями інтересів та прав людей на володіння повною інформацією; оцінювальну, коли ЗМІ в неявному вигляді формують уявлення людей щодо масштабів та значущості катастрофи чи надзвичайної події; емоційну, коли преса через вираження емоцій та переживань людей в умовах надзвичайної ситуації формують масове ставлення до події як до катастрофи [9]. Особливо наочно це можна бачити напередодні виборів. А. Прохоренко враховує, що у будь-якій достатньо розвиненій демократичній країні вибори посідають центральне місце в політичному житті, питання стратегій і можливостей їх вдосконалення, залучення до участі в них дедалі більшої кількості людей є досить актуальним. «Вибори демонструють свободу волевиявлення цілої нації. Це єдиний законний, конституційний спосіб сформувати не тільки вищі органи політичного управління, а й органи місцевого самоврядування на будь-якому рівні», вказує науковець [10, с. 318].

Важливо зазначити, що ефективна кризова політична комунікація проваджується згідно з такими принципами: принцип добрих відносин з ключовими стейкхолдерами; принцип відповідальності за кризу (ризик); принцип повноти розкриття інформації про кризу (ризик); принцип симетричної комунікації [9]. У цьому контексті необхідно звертати увагу на деструктивних акторів (суб'єктів) цифрових комунікацій, які намагаються досягти мети на основі новітніх ІТ-технологій. А. Прохоренко слушно стверджує, «що голосування за допомогою електронних носіїв із виходом в Інтернет досить детально описано в багатьох дослідженнях, проте фахівці висловлюють серйозні побоювання щодо подібних технологій. Це пов'язано насамперед із можливістю різноманітних кібератак і злочинів, зростання кількості яких сьогодні очевидно. Розвиток і поява нових поколінь вірусів, можливість цілеспрямованих DDOS атак на конкретний сервер, на якому можуть знаходитися, наприклад списки виборців, – усі ці нюанси, дійсно, викликають певні побоювання» [10, с. 319].

У передкризовій політичній ситуації важливим є аналітичний комплекс заходів, що містить діагностику й ідентифікацію потенційної політичної кризи, оцінку власних

ресурсів, відповідно до чого формується антикризова політична PR-стратегія, орієнтована на зміну ситуації або на адаптацію до неї. Також, йдеться про антикризове політтехнологічне опрацювання відносин з конкретними соціальними групами. А. Прохоренко закликає на стадії активного економічного зростання дуже приділяти особливу увагу інформованості населення, і насамперед молоді, щодо реалізації державної політики. «Одержання відкритої і достовірної, своєчасної інформації на веб-ресурсах державних структур дає змогу громадянам відчувати себе причетними до політики держави. Використання сучасних інтернет-технологій істотно розширює можливості державного апарату щодо взаємодії з громадянським суспільством, сприяє формуванню активної життєвої позиції молоді, позитивного зовнішньополітичного іміджу нашої країни» [10, с. 320].

Слід зазначити, що кризова політична комунікація спрямована на те, щоб запобігти негативним наслідкам кризи або зменшити їх і тим самим захистити учасників соціально-політичного процесу. У ній вигоди і витрати учасників політичного процесу обговорюються і аналізуються у ході відкритої дискусії.

Висновки. Таким чином, антикризові політичні технології набувають визначення в ключових сферах антикризової політики держави та політичних суб'єктів. Політико-організаційні антикризові технології передбачають створення сприятливих можливостей для об'єднання ресурсів в межах протидії кризовим явищам. До цих технологій належать технології інтеграції політичних сил, формування політичного порядку денного, забезпечення спільного прийняття рішень, формування єдиних платформ політичної співпраці. Технологія політичного консенсусу є одним з провідних базових елементів національної консолідації в умовах військової кризи. Завданням макропроцесу національної консолідації є упередження руйнування демократичної політичної інфраструктури. Ідеться про умови вільного волевиявлення, висловлювання думок та політичних позицій в умовах військового часу. Політико-організаційні технології в умовах сучасної військової кризи в Україні повинні сприяти розробці планів політичної реінтеграції деокупованих територій та підтримки політичного волевиявлення та позиції внутрішньо переміщених осіб.

Політико-комунікаційні технології в антикризовому контексті забезпечують підтримку політико-організаційних заходів. Зокрема, йдеться про поширення в українському суспільстві позицій щодо єдності та територіальної цілісності української держави. Ідеться про продукування та трансляцію смислів відновлення України після конфлікту. Також ці технології спрямовані на формування середовища довіри та взаємопідтримки. Застосування засобів політичної реклами має ґрунтуватися на принципах діалогу, відкритості, якомога більшої політичної залученості громадян. Зазначені чинники будуть сприяти усуненню кризових настроїв та очікувань. Перспективи подальшого розвитку проблеми, порушеної в даній статті, є дослідження складових антикризової політики в інституційному вимірі сучасної України

Список використаної літератури

1. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія Вінниц. нац. техн. ун-т. Вінниця : ВНТУ, 2010. 276 с.
2. Кієлов Д. В. Політична безпека масових комунікацій: [монографія] Київ. міжнар. ун-т, Ін-т екон. та гуманіт. пробл. К. : [МП Леся], 2010. 207 с.
3. Ковальова О. І. Політична інтеграція в Латинській Америці: генеза, ключові характеристики, детермінанти кризових тенденцій: дис... канд. політ. наук: 23.00.04 Нац. акад. наук України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К., 2004. 218.

4. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект: монографія Одеська національна юридична академія. О. : Фенікс, 2009. 328 с.
5. Політичне поле України у ситуації суспільної кризи: влада, опозиція, політичні партії, громадські організації: [колект. монографія] [Шайгородський Ю. Ж. та ін.] ; НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса, 2020. 263 с.
6. Політичні конфлікти та кризи: мобілізаційні чинники громадянської активності: монографія [Г. П. Щедрова та ін.] ; Ун-т ім. Альфреда Нобеля. Дніпро : Ун-т ім. А. Нобеля, 2019. 199 с.
7. Загірний О. В. Інституціоналізація технологій політичного впливу у процесі медіатизації. Політикус. 2022. Вип. 1. С. 55-60.
8. Бабіна В. О. Реклама як маркетингова технологія у виборчих компаніях суб'єктів політичної діяльності. Політикус. 2019. Вип. 6. С. 21-25.
9. Ставченко С. В. Управління політичною кризою в демократичних політичних системах: монографія. Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпро : Формат А+, 2018. 293 с.
10. Прохоренко А. М. Впровадження інноваційних політичних технологій у функціонування інститутів державної влади в контексті концепції соціальної модернізації. Держава і право. Юридичні і політичні науки. 2020. Вип. 88. С. 315-323.
11. Телегуз А. В. Антитоталітарна демократична революція "Солідарності" на тлі суспільно-політичної та економічної кризи комуністичного режиму (1980 – 1990 рр.): [монографія] К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. 194 с.
12. Чабанна М. В. Опортунізм у прийнятті політичних рішень у бюджетній сфері у період фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. в Україні: монографія. Київ : Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. 367 с.

References

1. Deny'syuk S. G. *Technologichni vy'miry' polity'chnoyi komunikaciyi* : monografiya Vinny'cz. nacz. techn. un-t. Vinny'cya : VNTU, 2010. 276 s.
2. Kislov D. V. *Polity'chna bezpeka masovy'x komunikacij*: [monografiya] Ky'yiv. mizhnar. un-t, In-t ekon. ta humanit. probl. K. : [MP Lesya], 2010. 207 s.
3. Koval'ova O. I. *Polity'chna integraciya v Laty'ns'kij Amery'ci*: geneza, klyuchovi xaraktery'sty'ky', determinanty' kry'zovy'x tendencij: dy's... kand. polit. nauk: 23.00.04 Nacz. akad. nauk Ukrayiny', In-t svit. ekonomiky' i mizhnar. vidnosy'n. K., 2004. 218.
4. Nedbaj V. V. *Suchasni polity'chni komunikaciyi: medijno-technologichny'j aspekt*: monografiya Odes'ka nacional'na yury'dy'chna akademiya. O. : Feniks, 2009. 328 s.
5. *Polity'chne pole Ukrayiny' u sy'tuaciyi suspil'noyi kry'zy': vlada, opozy'ciya, polity'chni partiyi, gromads'ki organizaciyi*: [kolekt. monografiya] [Shajgorodskiy Yu. Zh. ta in.] ; NAN Ukrayiny', In-t polit. i etnonacz. doslidzh. im. I. F. Kurasa. Ky'yiv : IPIEND im. I. F. Kurasa, 2020. 263 s.
6. *Polity'chni konflikty' ta kry'zy': mobilizacijni chy'nny'ky' gromadyans'koyi akty'vnosti*: monografiya [G. P. Shhedrova ta in.] ; Un-t im. Al'freda Nobelya. Dnipro : Un-t im. A. Nobelya, 2019. 199 s.
7. Zagirny'j O. V. *Insty'tucionalizaciya tehnologij polity'chnogo vply'vu u procesi mediaty'zaciyi*. Polity'kus. 2022. Vy'p. 1. S. 55-60.
8. Babina V. O. *Reklama yak markety'ngova texnologiya u vy'borchy'x kompaniyax sub'yektiv polity'chnoyi diyal'nosti*. Polity'kus. 2019. Vy'p. 6. S. 21-25.
9. Stavchenko S. V. *Upravlinnya polity'chnoyu kry'zoyu v demokraty'chny'x polity'chny'x sy'stemax*: monografiya. Dnipropetr. nacz. un-t im. Olesya Gonchara. Dnipro : Format A+, 2018. 293 s.

10. Proxorenko A. M. Vprovadzhennya innovacijny`x polity`chny`x tehnologij u funkcionuvannya insty`tutiv derzhavnoyi vlady` v konteksti koncepciyi social`noyi modernizaciyi. Derzhava i pravo. Yury`dy`chni i polity`chni nauky`. 2020. Vy`p. 88. S. 315-323.
11. Teleguz A. V. Anty`totalitarna demokraty`chna revolyuciya "Solidarnosti" na tli suspil`no-polity`chnoyi ta ekonomichnoyi kry`zy` komunisty`chnogo rezhy`mu (1980 – 1990 rr.): [monografiya] K. : Vy`d-vo NPU im. M. P. Dragomanova, 2012. 194 s.
12. Chabanna M. V. Oportunizm u pry`jnyatti polity`chny`x rishen`u byudzhethnij sferi u period finansovo-ekonomichnoyi kry`zy` 2008-2009 rr. v Ukraini: monografiya. Ky`yiv : In-t polit. i etnonacz. doslidzh. im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy`, 2019. 367 s.

ANTI-CRISIS POLITICAL TECHNOLOGIES: CONTENT AND SIGNIFICANCE IN THE CONDITIONS OF POLITICAL TRANSFORMATION

Oleksii Tretiak

*Oles Honchar Dnipro National University
Gagarina ave., 72, 49010, Dnipro, Ukraine*

Serhii Stavchenko

*Oles Honchar Dnipro National University
Gagarina ave., 72, 49010, Dnipro, Ukraine*

The article examines the political and technological features of maintaining strategic political stability, the formation of favorable public opinion, the flexibility and adaptability of political management systems in conditions of political transformations. The value of coordination, multiplier effect, planned results and correction of actions during the implementation of political projects is determined. Features of clarifying the content of the concept and phenomenon of anti-crisis political technologies in connection with the tasks of national consolidation, concentration of resources for countering the political technologies of the Russian aggressor are established. The directions of political and organizational measures of an anti-crisis nature, which should take into account the perspective of the modernization of the political system, are analyzed. The content of preventive political technologies that solve the systemic tasks of political development is clarified. The stages of planning, coordination and prediction of the final results of the political campaign are established. The reflection of political positions and their changes, which are the object of influence of anti-crisis political-organizational actions of the state, is studied. The coverage of events in crisis conditions, which involves the creation of these events and the blocking of access to unwanted coverage of events, is evaluated. Attention is paid to the dynamics of changing the "boundary" of public opinion management and the ability to direct it in the desired direction. Conditions are defined that ensure the use of favorable public opinion on preventing or overcoming a political crisis, maintaining or improving the reputation of a political entity in a political crisis situation. The typology of the functions of crisis communications, in particular the information one, when the mass media act as carriers of people's interests and rights to possess complete information, is clarified; evaluative, when mass media implicitly shape people's perceptions of the scale and significance of the crisis. Possibilities of ensuring the principle of responsibility for the crisis (risk) are studied; the principle of complete disclosure of information about the crisis (risk); the principle of symmetrical communication. The factors of formation of an anti-crisis political PR strategy focused on changing the situation or adapting to it are analyzed. The process of diversification of crisis political communication is studied, aimed at preventing the negative consequences of the crisis or reducing them, and thereby protecting the participants of the socio-political process. The basis of the technology of political consensus as one of the leading basic elements of national consolidation in the conditions of a military crisis is considered.

Key words: political crisis, anti-crisis policy, political technologies, democratization, political transformation, political participation, political communications.