

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ДНІ НАУКИ

ФІЛОСОФСЬКОГО ФАКУЛЬТЕТУ – 2012

**МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
(18–19 квітня 2012 року)**

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ

ЧАСТИНА 8



Редакційна колегія: **А. Є. Конверський**, д-р філос. наук, проф., чл.-кор. НАН України (голова); **С. В. Руденко**, канд. філос. наук, доц. (відп. секр.); **І. С. Добронравова**, д-р філос. наук, проф.; **А. М. Лой**, д-р філос. наук, проф.; **В. І. Лубський**, д-р філос. наук, проф.; **Д. В. Неліпа**, канд. політ. наук, доц.; **М. І. Обушний**, д-р політ. наук, проф.; **В. І. Панченко**, д-р філос. наук, проф.; **А. О. Приятельчук**, канд. філос. наук, доц.; **М. Ю. Русин**, канд. філос. наук, проф.; **В. Ф. Цвих**, д-р політ. наук, проф.; **П. П. Шляхтун**, д-р філос. наук, проф.; **В. І. Ярошовець**, д-р філос. наук, проф.

*Рекомендовано до друку
вченою радою філософського факультету
(протокол № 6 від 27 лютого 2012 року)*

"Дні науки філософського факультету – 2012", Міжн. наук. конф. (2012 ; Київ). Міжнародна наукова конференція "Дні науки філософського факультету – 2012", 18–19 квіт. 2012 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2012. – Ч. 8. – 199 с.

Адреса редакційної колегії: 01601, Київ, вул. Володимирська, 60, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, філософський факультет; ☎ (38044) 239 31 94

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та дискети не повертаються.

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
ВПЦ "Київський університет", 2012

Секція "ПРАКТИЧНА ПОЛІТОЛОГІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ"

А. А. Авксентьев, студ., ХНУ им. В. Н. Каразина, Харьков
toshinho@rambler.ru

ПРОЦЕДУРЫ ГОЛОСОВАНИЯ: НЕКОТОРЫЕ ВИДЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Принятие коллективных решений с использованием процедуры голосования является краеугольным камнем любой демократической политической системы. В то же время вопрос об оптимальной избирательной системе, отвечающей требованиям справедливости и рациональности, остается открытым. Рассмотрим основные модели голосования и соотнесем их с так называемыми "критериями справедливости": результат нашей работы будет отражен в форме таблицы, иллюстрирующей преимущества и недостатки каждой из избирательных систем.

Среди указанных в различных источниках критериев – *анонимность* (равенство избирателей), *нейтральность* (равенство кандидатов), *монотонность* (если побеждающий кандидат А получает дополнительные голоса, не теряя имеющихся, это не должно лишить его победы), *транзитивность* (если кандидат А предпочтительнее В, а В – С, то А побеждает С), *принцип большинства* [1] (коллективное решение должно выбрать в качестве победителя того кандидата, которого считает таковым большинство избирателей), *независимость от посторонних альтернатив* [2] (место А и В в итоговом списке зависит только от предпочтений избирателей в паре А и В), *критерий Парето* [3] ("принцип единогласия": если во всех индивидуальных предпочтениях А побеждает В, то в коллективном решении А также должно быть предпочтительнее В), *критерий Смита* [3] (при делении всех кандидатов на два комплекта А и В таких, что любой кандидат из А побеждает любого из В в попарных предпочтениях, коллективное решение не должно в качестве победителя выбрать кандидата из комплекта В).

Теперь обозначим основные принципы определения победителя в голосовании (другими словами, различные избирательные системы).

- *Попарное последовательное голосование*, смысл которого состоит в том, что избиратели поочередно сравнивают альтернативы (кандидат, победивший во всех паросочетаниях, называется "победителем Кондорсе": знаменитый "парадокс Кондорсе" констатирует возможность такого распределения индивидуальных предпочтений, при котором "победитель Кондорсе" отсутствует).

- *Голосование "абсолютным большинством"* (победителем признается тот кандидат, который набрал более 50 % голосов избирателей).
- *Голосование "относительным большинством"* (победителем признается кандидат, набравший больше других).
- *"Правило Борда"* (каждый избиратель полностью ранжирует весь список кандидатов; кандидат, находящийся на последнем месте получает 0 очков, на первом – n-1 баллов при n кандидатах; затем баллы суммируются и победителем признается кандидат, получивший наибольшее количество очков).
- *"Система Хара"* (каждый избиратель полностью ранжирует весь список кандидатов; кандидат, имеющий наименьшее количество "первых мест" исключается из списка; процедура повторяется до тех пор, пока один из кандидатов не оказывается на первом месте в списках предпочтений 50 % +1 избирателя).
- *"Система Кумбса"* (процедура, аналогичная "Системе Хара", но исключается кандидат с наибольшим количеством последних мест).
- *"Счет Блэка"* (метод Дункана Блэка построен на объединении двух процедур: если среди кандидатов есть "победитель Кондорсе" – победа присуждается ему, в случае его отсутствия – выигравший кандидат определяется по "правилу Борда").
- *"Правило Коупленда"* (альтернативы попарно сравниваются и для каждой фиксируется разница "побед" и "поражений" в сравнениях; победителем признается альтернатива с наибольшей положительной разницей).

	аноним.	нейтрал.	моно-тон.	транзит.	больш-во	НПА	критерий Парето	критерий Смита
попарное	+	+	+	-	+	+	-	+
абсолют. бол-во	+	+	+	+	+	-	+	+
относит. бол-во	+	+	+	+	-	-	+	-
Борда	+	+	+	+	-	-	+	-
Хара	+	+	-	+	-	-	+	-
Кумбса	+	+	-	+	-	-	+	-
Блэка	+	+	+	-	+	-	+	-
Коупленда	+	+	+	-	+	+	+	+

На основании проведенного сравнительного анализа процедур голосования, можно прийти к достаточно прогнозируемому выводу (перекликающемуся с "теоремой невозможности" Эрроу), что на данный момент не существует системы, удовлетворяющей одновременно всем указанным рациональным и "справедливым" критериям. В то же время некоторые системы принятия коллективных решений выглядят предпочтительнее, хотя в любом случае, вопрос выбора оптимальной процедуры голосования должен быть соотнесен с конкретной проблемной ситуацией.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РЕКЛАМИ Й ТОТАЛІТАРНОЇ ПРОПАГАНДИ

Існує думка, що у суспільстві, яке розвивається за законами демократії, ефективніше діють методи логічного переконання. В умовах тоталітаризму народ більш схильний до навіювання, тому держава використовує методи пропаганди. При чому як на первинному етапі становлення, так і на подальших, адже лише натовп і еліту можна привабити енергією, яка міститься у самому тоталітаризмі [Арендт Х. Истоки тоталитаризма. – М. : ЦентрКом, 1996. – С. 450]. Для підкорення мас же потрібна пропаганда, яка більшістю сучасних дослідників визначається як особливий інформаційно-психологічний вплив, що має на меті зміну політичної свідомості й поведінки людей в інтересах досягнення політичних цілей комунікатора (політичної партії, руху окремого лідера) [Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. – М. : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2002. – С. 208–210].

Пропаганда зазнала значної еволюції від відкритих форм тоталітарних держав до латентного використання її механізмів у сучасній рекламі. В епоху споживання, актуальність проблеми використання рекламних технологій зростає паралельно розширенню аудиторії, охопленою рекламою. Тому, є важливим дослідження сучасних рекламних механізмів у контексті їх аналізу з різними історичними формами пропаганди.

Незважаючи на різні об'єкти комунікативної дії пропаганди й реклами (об'єкт пропаганди – сітка соціального сприйняття, об'єкт реклами – орієнтація в окремо взятій ситуації), використання схеми Лассвелла (хто?-що?-як?-чому?-з яким ефектом передає?) [Лассвелл Г. Структура и функции коммуникации в обществе. – М. : Мысль, 2000] дає змогу проаналізувати спільні ознаки тоталітарної пропаганди й сучасної реклами.

Однією з найважливіших характеристик тоталітарної пропаганди є акцент на її науковій сутності [Арендт Х. Истоки тоталитаризма. – М. : ЦентрКом, 1996. – С. 455]. Реклама також використовує цей метод: товаровиробник посилається на цифри й факти, отримані у певних "дослідницьких" лабораторіях, що саме його товар найкращий. Більш того, реклама використовує й притаманні тоталітаризму елементи насилья: рекламист створює реальність, в якій немає місця людині, котра не володіє товаром певної марки. Комуністична і нацистська пропаганди, посилаючись на "наукові" закони, створювали нову реальність, в якій об'єктивно немає місця певним класовим чи расовим елементам. Таким чином, як у рекламі, так і в пропаганді явно проглядається "сурогат влади".

Однак, на відміну від тоталітарних ідеологів, бізнесмени зазвичай не виступають у якості пророків. Науковість тоталітарної пропаганди полягає у тому, що вона апелює до передбачення, а не до минулого, так як ефективним методом уникнути дискусії є звільнення від аргументів теперішнього і ствердження, що лише майбутнє має значення [Там же. – С. 456].

Наступною спільною рисою є тенденція реклами "виставляти" продукт як невід'ємну частину великих соціальних задач і процесів [Маклюєн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека. – М., 2003. – С. 257]. А тоталітарна пропаганда подавала певну ідею на фоні викривлення (яке могло бути як гротескним, так і незначним) реальних потреб і дійсності, але обов'язково в контексті соціально-політичних задач й інтересів.

Говорячи про відмінності реклами й пропаганди, слід відзначити, що реклама використовує принцип альтернативи, тобто всякий раз навіть частково монополює за своєю суттю комунікативна ситуація має хоча і конкурентний, але все-таки альтернативний образ чи товар. У тоталітарній пропаганді ж конкурент трансформується у ворога, тому існують лише два шляхи: прийняти позицію суб'єкта, чи стати його ворогом. Для пропаганди у центрі контексту послання буде послідовник/ворог, для реклами – товар. Звідси змінюється тип звернення до реципієнта, для пропаганди це питання: "ти за чи проти?", для реклами ствердження – "ти споживач!"

Таким чином, можна зробити висновок, що реклама запозичила деякі методи тоталітарної пропаганди, незважаючи на різні їх цілі: функціями тоталітарної пропаганди є соціальний контроль, мобілізація й активізація свідомості, опосередкована боротьба з противником; функціями ж реклами є популяризація і сигніфікація товару, надання йому образу максимальної актуальності у порівнянні з іншими товарами.

У сучасному світі сталися корінні зміни у порівнянні з часом тоталітарної пропаганди: символічне виходить на перший план, виштовхуючи на другий план ідеологічне. Реклама працює більше з образами і товарами, ніж з цінностями і переконаннями. Відбувається зміна культури: символічні форми домінують над смисловими. Все це детермінувало еволюцію пропаганди. Реклама реалізує продаж товару застосовуючи різні мотиви для споживача, і тому входить у сферу пропаганди, коли використовує мотиви соціального контролю. Однак, на відміну від пропаганди, рекламні знаки виступають у плоскості легенди інформаційного повідомлення: "якби вони несли в собі інформацію, то це був би перехід у поле практичних дій. Вони ж грають другу роль – вказувати на відсутність того, що ними позначається. Образ створює пустоту – саме в цьому його сила" [Бодрийяр Ж. Система вещей. – М., 1995. – С. 146]. Фактично реклама намагається зорієнтувати індивіда на імітацію власної дії.

В. И. Атаманчук-Ангел, ст. препод., ДАКККУМ, Киев

ПРИБАВОЧНАЯ СТОИМОСТЬ – РЕФЛЕКСИЯ ОЧЕВИДНОГО

По словам Маркса, норма прибавочной стоимости есть "точное выражение степени эксплуатации рабочей силы капиталом, или рабочего капиталистом" [Марксистская политическая экономия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ru.wikipedia.org/wiki/Марксистская_политическая_экономика].

Зададимся вопросом: Если председателем колхоза убыточного поставит председателя колхоза -миллионера, а председателем колхоза - миллионера поставит председателя убыточного колхоза, то какими станут эти колхозы через десять – пятнадцать лет? Хозяйственный опыт показывает, что до того убыточный колхоз станет миллионером, а колхоз- миллионер в лучшем случае не станет убыточным.

Возникает следующий вопрос – кто создал колхозную прибыль? Колхозники не менялись: это те же самые люди, что проживали в убыточном, до прихода нового председателя, хозяйстве. При этом не произошло никакого роста эксплуатации рабочей силы, остался тот же восьмичасовой рабочий день. Сменилось только руководство.

Очевидно, миллионы заработаны деятельностью нового председателя колхоза.

Факт для всех очевидный, но пока не отрефлексируемый политическими науками.

Один из примеров: Новейшая американская история: "...после увольнения из Ford, Ли Якокка поступило предложение возглавить корпорацию Chrysler, в то время находящейся на грани банкротства. Якокка принял это предложение и смог улучшить экономическое положение компании, ... обеспечил возврат правительству США займа в размере \$ 1,2 млрд за 7 лет до окончания срока. При этом одна из предпринятых им мер, это увольнение части сотрудников [Лидо Энтони "Ли" Якокка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Якокка,_Ли]

Осознание того, что прибавочный продукт создается не только за счет роста эксплуатации рабочей силы, обязывает переосмыслить некоторые подходы к трактовке политико-экономических фактов и процессов.

А. П. Балан, студ., КНУТШ, Kuif
andriybalan@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТТЯ "НОВІ МЕДІА"

Термін "нові медіа" вперше було вжито наприкінці минулого століття. До 1980-х років основою для ЗМІ – періодики, радіо й телебачення – були аналогові й друковані носії. Однак із стрімким розвитком цифрових, мережових, комп'ютерних, інформаційних, ігрових, мобільних технологій і комунікацій ЗМІ зазнали суттєвої трансформації. Нові здобутки не лише позначилися на традиційних у класичному розумінні медіа, а й призвели до появи нових медіа. Засновані на нових, цифрових носіях, безпосередньо пов'язані з еволюцією комп'ютерів та Інтернету, широко впроваджені в різні сфери, вони стали інтерактивнішими за традиційні, чим теж суттєво відрізнялися від них. Втім, на початку виникнення нових медіа під означеним терміном часто розуміли власне згаданий процес появи й доступу цифрових і мережових технологій та комунікацій [New media. [Electronic source]. – Access mode: http://en.wikipedia.org/wiki/New_media].

Трансформація медіа відбувалася на цивілізаційному зламі, коли на зміну індустріальному прийшло постіндустріальне суспільство. Воно стало новим етапом розвитку соціуму, а інформаційно-комп'ютерна революція – процес інформатизації всіх сфер життя (суспільства в цілому і людини загалом) – його квінтесенцією. Новітні технології надзвичайно потужно, радикально трансформували матеріально-виробничу й соціальну сфери людства. Водночас відбулися й значні зміни обробки, виробництва й передачі інформації, самого підходу до її подачі [Ажнюк Я. Як нові медіа трансформують суспільство. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediacamp.org.ua/як-нові-медіа-трансформують-суспільство>].

Рушійними силами означених трансформацій стали комп'ютеризація, інтернетизація, медіація і віртуалізація інформації. Саме комп'ютер уперше дав змогу подати (не лише окремо, а й разом) будь-який із видів інформації – текст, звук, відео чи зображення – у цифровій формі. Інтернет як віртуальний простір разом із здатністю комп'ютерної пам'яті до миттєвого відтворення, своєю чергою, посприяв значному приростові знань, колосальному розширенню інформаційних меж і витворенню нової інформаційної картини світу як наслідку. Саме суттєво оновлена медіа-сфера загалом і нові медіа зокрема стали її основними виразниками, чи не найбільш визначальним чинником для остаточного переходу від споживчого індустріального суспільства до постіндустріального, зі знанням, інформацією в центрі, а потому – суспільства інформаційного.

Згадана інформатизація забезпечує нові медіа все більшою кількістю учасників комунікації. Її багатовекторність, нові умови функціонування, коли багато учасників комунікують із багатьма, за нинішнього інтенсивного розвитку спроможні модифікувати комунікаційну модель "багато – багатьом" у ледве не "всі – всім", настільки масштабними є спроможності й перспективи нових медіа.

Термін "нові медіа" охоплює Інтернет, мобільний зв'язок, інтерактивну зовнішню рекламу та інші канали комунікації, проте саме визначення до цих пір залишається досить розмитим і нечітким. Традиційно під "новими медіа" прийнято розуміти інтерактивні електронні ЗМІ [Машишков А. Що таке нові медіа? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elekcii.org/ref-lekciji/shcho-take-novi-media.html>].

Медіа – це сукупність технологічних засобів і прийомів, які служать справі передачі інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді (текст, аудіо, відео) конкретному користувачеві. Термін "медіа" в цілому описує зв'язки і не обов'язково містить в собі відомості про адресата, напрямки каналів та середовище міжособистісних відносин.

Міжособистісні відносини – це спілкування людей, яке здійснюється шляхом безпосереднього контакту, наприклад, за допомогою телефону, електронних і паперових листів тощо. Обидві сторони діалогу особисто надсилають один одному дані. Під час масових комунікацій відбувається передача одного повідомлення різним адресатам, в ході яких багато користувачів отримують від відправника одну й ту ж інформацію, тому під визначення масових комунікацій потрапляють усі без винятку ЗМІ.

У свою чергу, персоналізовані відносини є логічним продовженням масових комунікацій і різняться від них тим, що інформація тут змінюється (налаштовується) залежно від інтересів, бажань, статі, віку, географічного місцезнаходження та інших характеристик одержувача.

Напрямок комунікацій описує чи відбувається виключно передача інформації (односторонні відносини) або має місце двостороння взаємодія сторін (інтерактивні відносини). Прикладом односторонньої комунікації є газети, телебачення, виступи ораторів та інше. Інтерактивні відносини найбільш яскраво виражені в комунікації людей поміж собою, а також у мобільному зв'язку та Інтернеті.

Середовище комунікацій визначається засобами, за допомогою яких відбувається постачання інформації: радіохвилі, зовнішня реклама, телефон, тощо. Саме "середовище" в значній мірі є найбільш точним перекладом англійського слова "media".

Традиційний підхід, що надає інтерактивним електронним ЗМІ право називатися новими акцентує перш за все увагу на середовище та спрямування комунікацій, не торкаючись при цьому питання адресації. Саме можливість персоналізувати інформацію відрізняє нові медіа від традиційних.

Таким чином робимо наступні узагальнюючі висновки:

- головною відмінністю нових ЗМІ від традиційних є інтерактивність. Тут усі зв'язки є двосторонніми;
- саме в нових медіа відносини стали не просто масовими, а персоналізованими;
- "електронність" як середовище комунікацій є скоріш наслідком аніж вимогою, оскільки інші не надають належних технічних можливостей;
- для того, щоб відповідати терміну "нові медіа", необхідно мати не просто можливість, але й використовувати в комунікаціях усі вищевказані властивості.

В. І. Батрименко, викл., ПГПК ім. І. Я. Франка

КОНТИНЕНТАЛЬНА МОДЕЛЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Континентальний тип місцевого самоврядування формувався, значною мірою спираючись на такі концепції місцевого самоврядування як державницьку та муніципального дуалізму. Основна їхня відмінність в тому, що в першій – суб'єкти місцевого самоврядування не здійснюють повноважень органів державної влади, а в другій – залучаються до реалізації державних функцій. Особливістю континентальної моделі є саме те, що вона заснована на поєднанні безпосереднього державного управління (префекти, державні адміністрації) на місцях та місцевого самоврядування. Представники державної адміністрації здійснюють нагляд за діяльністю місцевих представницьких органів.

В даний час ця модель покладена в основу систем місцевого самоврядування в більшості європейських країн, в франкомовних країнах Аф-

рики, ряді країн Латинської Америки, більшою часткою в постсоціалістичних країнах.

Правова форма та основні елементи цієї моделі склалися ще в період еволюції Римської держави. В процесі формування єдиної централізованої держави та переходу від античної республіки до абсолютної монархії неримське населення вело постійну боротьбу за рівні з громадянами Риму політичні і громадянські права. Особливо гострим було питання щодо політичного рівноправ'я, що значно розширювало можливості населення неримських громад для участі як в суспільно-державному житті, так і в торгівельно-економічному обороті на основі римського приватного права. Оскільки італійські та інші громади і провінції забезпечували Рим всім необхідним для його існування як центру держави, вони також вимагали від нього повного обсягу громадянських прав і свобод. В той же час ця боротьба не увінчалася успіхом. Навіть, після того як римське право було поширене на всю територію Римської імперії, міста та громади за межами Риму залишалися такими, що не мають політичних прав, навіть, при здійсненні ними незначної юрисдикції, яка була повністю підпорядкована римським магістратам. В міста призначалися римські магістрати, які жорстко забезпечували проведення в житті норм римського права і приписів римських органів та посадових осіб. З часом поступово розширювалася їх адміністративна компетенція та судова влада і, навпаки, муніципальні магістрати поступово позбавлялися владних повноважень і підпорядковувались певним структурам. Так закладалися правові та політичні засади взаємодії між центральною (державною) та місцевою (муніципальною) владою за умови жорсткої опіки останньої представниками центральної влади на місцях.

Специфіка континентальної моделі надалі утверджувалася у середньовічній Франції, коли головною опорою королівської влади служили повноважні представники монархії на місцях, а не органи місцевого самоуправління комун. Континентальна модель місцевого управління, як зазначив французький дослідник І. Мені, нагадує ієрархічну піраміду, по якій відбувається передача різних директив і інформації, і в рамках якої на центральну владу активно працює ціла армія агентів на місцях. Ця модель також характеризується певною підпорядкованістю нижчих ланок вищим. В Італії, наприклад, подібна ієрархічна підпорядкованість виражається зокрема, в передбаченій Конституцією практики областей здійснювати контроль за законністю актів провінцій, комун та інших місцевих утворень.

Континентальна модель визначається розвинутою системою адміністративного контролю центральної влади над місцевими органами. Виокремлюють два її різновиди: на всіх субнаціональних рівнях, за винятком низового, одночасно функціонують виборні органи територіальної громади та призначені представники центральної влади, а на низовому рівні функціонують винятково органи територіальної громади; на низовому рівні створюються лише органи місцевого самоврядування, а на проміжних рівнях функціонують призначені місцеві державні адміністра-

ції загальної компетенції та/чи виборні органи місцевого самоврядування. Так, у Франції представником центральної влади в департаменті є призначений Радою Міністрів комісар республіки. До його повноважень належать нагляд за дотриманням законів і громадського порядку, погодження рішень комунальних рад і генеральної ради департаменту, разом з фінансовими інспекторами, яких призначає міністерство фінансів, здійснення контролю за витратами місцевого управління. Аналогічні функції виконує комісар республіки в регіоні. В Італії, на проміжному рівні управління, представником держави є префект провінції – призначений центральним урядом чиновник, який керує діяльністю державної адміністрації на довіреній йому території. Він здійснює контроль над муніципальними органами спільно з провінційною адміністративною комісією, що складається з урядовців, призначених центральним урядом, провінційних інспекторів і представників ради провінції. На низовому рівні функції представника держави виконує синдик, якого обирає комунальна рада і який одночасно є головою комунальної джунти (виконавчий орган). Вступаючи на посаду, він приносить присягу префекту провінції – представнику держави. У ФРН, на рівні округів, контроль за місцевими органами здійснює урядова президія очолювана урядовим президентом, який призначений урядом землі і підпорядковується Міністерству внутрішніх справ. Наглядові функції урядового президента не такі широкі, як функції комісарів у Франції, проте, забезпечують окружній адміністрації керівну роль в справах місцевого управління.

Таким чином, сучасна континентальна модель організації влади на місцях є результатом тривалої еволюції римської системи і характеризується наступними рисами: 1) більш високим (у порівнянні з англо-американською моделлю) ступенем централізації, наявністю вертикальної підпорядкованості; 2) поєднанням місцевого самоврядування і прямого державного управління на місцях; 3) повноваження місцевого самоврядування визначаються згідно негативного принципу правового регулювання, який передбачає, що органи місцевого самоврядування спроможні здійснювати такі дії, які прямо не заборонені законом і не закріплені за будь-якими іншими органами влади, тобто володіють загальною компетенцією вирішувати питання місцевого значення у межах закону.

О. В. Батрименко, канд. політ. наук, доц., КНУТШ, Київ

РАЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ БЮРОКРАТІЇ

У сучасній політології виділяють дві основоположні моделі бюрократії – "азіатську", яку ще називають "імперською", або "східною" та так звану "європейську", яку ще називають "веберівською" або "раціональною".

Раціональну модель бюрократії як основу, так званого, європейського типу бюрократії, що прийшла на зміну організації патріархальної, при якій звичайній людині без грошей і зв'язків домогтися справедливості

найчастіше неможливо, розробив Макс Вебер. Бюрократія, як вважав М. Вебер, це форма управління, відмінна від інших форм – демократії, тоталітаризму, авторитаризму. У цілому вона є прогресивною технологією, що дозволяє значно раціоналізувати процес управління й підвищити ефективність організації. Раціонально-бюрократична модель означає, що працівники повинні діяти як формальні особи, наділені певними правами й відповідальністю.

М. Вебер розробив своєрідний ідеальний варіант бюрократії, який має по'єднувати в собі наступні ознаки: поділ праці, який обумовлюється ускладненням суспільства й держави; порядок підпорядкування, який є ієрархією нижче й вищестоящих осіб, котрі перебувають на службі в суспільства й держави; публічний офіс (канцелярія або бюро) – наявність документів, що регламентують умови діяльності всіх складових владних структур; офіційна процедура підготовки посадових осіб у державній організації; штатні службовці, котрі займають свою посаду згідно з їхньою професією; правила й процедури, що регулюють режим роботи чиновників і організації; необхідність додержуватися встановлених правил і процедур.

Правила й стандартні процедури сприяють тому, щоб організаційна діяльність протікала передбачувано й рутинно, тобто була стабільною. Спеціалізація виробничих обов'язків означає, що в кожного співробітника є своє, чітко сформульоване завдання. Ієрархія влади забезпечує реальний механізм впливу на персонал і управління ним, а також – контролю. Технічна компетентність являє собою ту основу, на якій людину беруть на роботу (замість дружніх відносин, сімейних зв'язків чи особистої симпатії). Відділення самої посади від особистості, котра її займає, означає, що посада не є приватною власністю, що її не можна одержати та передати в спадщину. Документалізація й протоколізація організаційних процесів і організаційної діяльності сприяє збереженню важливих даних і забезпеченню перманентності процесів.

Раціональна модель бюрократії дозволяє їй бути ефективною і з погляду теорії управління та служити інтересам усього суспільства. М. Вебер також уточнював, що справжньою професією дійсного чиновника не повинна бути політика. Він повинен "управляти" насамперед неупереджено. *Sine ira et studio* – без гніву й пристрасті повинен він вершити справи. М. Вебер наголошував, що чиновник не повинен робити саме те, що завжди й необхідним чином повинен робити політик – боротися. Прийняття рішень, боротьба і пристрасть – стихія політика. Діяльність політика завжди підкоряється принципу відповідальності, прямо протилежному відповідальності чиновника. Якщо вищестояща установа наполягає на наказі, який здається чиновникові помилковим, він повинен виконати наказ під відповідальність того, хто наказує, виконати сумлінно й точно, бо без такої дисципліни розвалився б весь бюрократичний апарат. Відповідальність політичного лідера, навпаки, є виняткова особиста відповідальність за те, що він робить, відповідальність, відхилити яку або скинути із себе він не може й не має права.

Резюмуючи, слід зазначити, що, за М. Вебером, процес бюрократизації незворотний у всьому світі. Він вбачає у бюрократії, з одного боку, інструмент для реалізації складних адміністративних завдань, а з іншого – у політичному плані – потенційну, незалежну соціальну силу, яка втілює специфічні цінності й здатна впливати на цілі й культуру суспільства. Також М. Вебер застерігає, що хоча основу влади бюрократії утворює, насамперед, присвоєння чиновниками посад та пов'язаних з ними привілеїв і економічних переваг, але розвиток тенденції до такого присвоєння означає втрату чиновництвом бюрократичного характеру і трансформацію бюрократії в централізоване станове панування, що вже є не бюрократичним, а політичним "класом".

**О. Б. Березовська-Чміль, канд. політ. наук,
ПНУ ім. В. Стефаника, Івано-Франківськ
lenkab@ukr.net**

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ

На сучасному етапі проблематика соціального захисту є без сумніву актуальною з точки зору політичної науки. Ефективна система соціального захисту набуває особливого значення саме для суспільств перехідного типу, до яких все ще належить Україна. Дослідники соціальних конфліктів З. Видоєвич та З. Голінкова констатують: "суспільства, що трансформуються, – визначально конфліктогенні" [Видоєвич З., Голінкова З. Социальные конфликты в трансформирующихся обществах // Социс. – 1997. – № 2. – С. 145–149]. Відтак трансформаційні процеси в економічній та політичній сферах зумовлюють потребу певних посиленню соціальної напруги, зростанню незадоволеності та виникненню конфліктів у суспільстві.

Термін "соціальний захист" вперше використали американські законодавці в тексті закону, прийнятого у 1935 р. У ньому давалося правове обґрунтування нового для США інституту обов'язкового страхування на випадок старості, смерті, інвалідності і безробіття. Даний термін органічно вписався в понятійний апарат вчених і практиків, тому що просто і зрозуміло виражав сутність підтримки соціально уразливих страт населення. Надалі рамки цієї дефініції значно розширилися, чому сприяла, у тому числі і розробка конвенцій та рекомендацій Міжнародної організації праці, Всесвітньої організації охорони здоров'я, Міжнародної асоціації соціального забезпечення, присвячених соціальному страхуванню і соціальній допомозі, гарантуванню мінімальних доходів працюючим при настанні непрацездатності, а також умовам праці та її охороні, заробітній платі. Широке використання міжнародним співтовариством категорії "соціальний захист" значною мірою обумовлене кардинальними змінами, що відбулися в соціальній політиці західних країн у 1930–1950-х роках.

У постсоціалістичних країнах термін "соціальний захист" став вживатися з початком ринкових трансформацій. При цьому найчастіше використовують похідний термін, а саме "соціальна захищеність". Їхня різниця полягає у співвіднесенні дії і стану: для "соціального захисту" ключовим є характер намірів (держави, суспільних структур і особистості) з реалізації соціальної політики; для "соціальної захищеності" головним є визначення стану, у якому перебуває особистість чи соціальна група (інваліди, безробітні, пенсіонери тощо).

У працях відомої української дослідниці А. Сіленко соціальний захист розглядається як функція держави, спрямована на реалізацію соціальних, громадянських і політичних прав громадян, передбачених законом, і здійснювана через систему соціального захисту [Сіленко А. О. Соціальна держава: еволюція ідеї, сутність та перспективи становлення в сучасній Україні : автореф. дис. ... д-ра політ. наук / Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. – К., 2000].

Н. Болотіна визначає соціальний захист у широкому сенсі як діяльність держави, спрямовану на забезпечення процесу формування і розвитку повноцінної особистості, виявлення й нейтралізацію негативних факторів, що впливають на неї, створення умов для самовизначення й ствердження у житті [Соціальні права людини та їх державне забезпечення: сучасні тенденції розвитку // Захист соціальних прав людини і громадянина в Україні: проблеми юридичного забезпечення. – К. : МП Леся. – 2003. – С. 14–17].

Під соціальним захистом у вузькому значенні розуміють у першу чергу певну обмежену сукупність дій, спрямованих на надання допомоги під час життєвих негараздів. Можна говорити, що ця інтерпретація, по суті, відповідає змісту поняття "соціальне забезпечення" як у вітчизняній, так і у західній науці ("social security").

У дефініції, запропонованій В. Лагутінім, соціальний захист розглядається як "сукупність заходів, що здійснюються у суспільстві для забезпечення суспільно нормальних умов матеріального і духовного життя всіх членів суспільства, насамперед тих, хто не здатний самостійно забезпечити такі умови" [Лагутін В. Д. Людина та економіка: соціоекономіка. – К. : Просвіта, 1996].

На наш погляд, до найважливіших характеристик терміну "соціальний захист" можна віднести: види й організаційно-правові форми соціального захисту, категорії громадян, яким надається соціальна допомога, чи які охоплені соціальним страхуванням.

До форм соціального захисту належать: особисті види соціального страхування (пенсійне, медичне, від нещасних випадків на виробництві, від безробіття); соціальна допомога різних видів; національні системи охорони праці; допомога держави в одержанні освіти; системи соціального захисту на рівні підприємств тощо.

Населення як об'єкт соціального захисту умовно можна поділити на три основні соціальні групи: працюючі, непрацюючі працездатні і непра-

цюючі непрацездатні громадяни, підходи до соціального захисту яких істотно відрізняються. Також можна виділити три основних елементи системи соціального захисту: система пенсійного забезпечення, а також забезпечення на випадок безробіття; система грошової допомоги родинам; різні форми соціальної допомоги і соціальних послуг (догляд за престарілими, інвалідами, опіка над сиротами).

На думку вітчизняного науковця А. Крупника, соціальний захист має бути зорієнтований ще й на розвиток у громадян здатності до самоорганізації та самодопомоги, на формування навичок самостійного подолання життєвих труднощів" [Крупник А. С. Соціально-захисна спрямованість державної соціальної політики за умов трансформації українського суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук / Одеська національна юридична академія. – Одеса, 2002].

Отже, метою соціального захисту є, з одного боку, надання кожному можливості вільно розвиватися, реалізувати себе, свої здібності через забезпечення мінімального життєвого рівня, а з другого боку, дотримання стабільності в суспільстві, соціальну солідарність, підвищення загального добробуту населення.

А. Г. Бондар, асп., ДонНУ, Донецьк
nastyabondar@gmail.com

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ ТЕРИТОРІЙ У СВІТІ

За сучасних умов медіапростір набув такого поширення, що будь-якому процесу у світі необхідний візуальний вираз, який виконує прямі комунікативні функції. Така ситуація значно змінила формат комунікації між державами на міжнародній арені. Сьогодні перше, з чим знайомиться туристи, інвестори, споживачі – це візуальна ідентичність країни, міста чи регіону, що загорнута у рекламний продукт, який презентує цю територію у світі. Тому одним з найважливіших етапів формування стратегії брендингу території є розробка її фірмового стилю, що легко впізнається, запам'ятовується, є зрозумілим, викликає позитивні емоції у реципієнтів та втілює всі особливості цієї території. Головною метою сучасних експертів з брендингу територій є втілити в один символічний сценарій провідну ідею бренду території, яка б вигідно позиціонувала її у світі. Мета автора – виявити сучасні проблеми і тенденції у світовій айденитиці брендів територій.

Візуальна ідентичність – це інструмент формування образів бренду через певні візуальні ідентифікатори (точки контакту) [Большов И. Визуальная идентичность, как инструмент конкурентной борьбы в условиях новой экономики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/columns/opinion/2008/stat16/>]. Сьогодні існує багато синонімічних термінів, які також використовуються для визначення цього поняття: corporate identity, brand identity, айдентика, ID, фірмовий/корпоративний стиль тощо.

Айдентика бренду території легше адаптується у комунікативному просторі, ніж офіційні геральдичні системи, є більш гнучкою, сучасною та зрозумілою реципієнтам. Міжнародна практика демонструє вже друге покоління брендів територій та дизайнерських рішень. Керівники найуспішніших брендів територій таких як США, Великобританія, Австралія, Нова Зеландія розуміють, що саме треба змінювати у візуальній ідентичності та якої мети вони прагнуть досягти за допомогою нової айдентики. Бренд повинен бути відображений у кольорі, формах символів, привабливому шрифті та співзвучності звуків у слогані тощо.

Однією з провідних тенденцій у айдентичі територіальних брендів є те, що у світі існує декілька міжнародних авторитетних компаній (Wells Rich Greene, Wolff Olins, M&C Saatchi тощо), які є законодавцями моди у галузі дизайну. Ці кампанії регулярно запрошуються урядами держав до розробки фірмових стилів провідних брендів у світі.

Брендинг регіонів є популярною моделлю просування бренду держави. Особливої актуальності цей сценарій набуває під час івент-маркетингу територій. У 2012 році це – проведення Олімпіади у Великобританії, Євро-2012 у містах України, Польщі. Сміливі нетрадиційні рішення у дизайні обирають такі міста як Лондон, Мадрид, Мельбурн, Берлін. Автори фірмових стилів цих міст започаткували тренд виражених графічних, динамічних ліній у дизайні логотипів. Але не завжди подібні зміни у айдентичі йдуть на користь бренду. Наприклад, змінювати логотип Нью-Йорка, який ще у 1976 році розробив Мілтон Глейсер – це самогубство для бренду Нью-Йорка. Щороку цей логотип приносить мільйони доларів прибутку і вже є невід'ємним символом міста [Логотипы городов и стран. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://journal.art4you.ru/blog/news_world/logotipy_gorodov_i_stran/]. Для спеціалістів, залучених у процес формування бренду території та розробки фірмового стилю завжди буде стояти задача гармонічно поєднувати традиційні і модернові символи, поступово віддаючи перевагу останнім, роблячи їх ефективним інструментом комунікації.

Прикладом сміливих прогресивних рішень є айдентика Австралії. Під час її ребрендингу у 2011–2012 роках був запропонований новий прапор у декількох інтерпретаціях, які позиціонують бренд Австралії у різних напрямках. Автори цього проекту намагаються переосмислити традиційну геральдику [The New Australian Flag. [Electronic source]. – Access mode: <http://newaustralianflag.squarespace.com>]. Австралійці з повагою ставляться до традиційних символів, але вважають, що вони потребують змін і повинні віддзеркалювати сучасне життя у країні.

Айдентика сьогодні є проблемним моментом для пострадянських країн. Росія вкладає багато зусиль у пошук свого фірмового стилю. Основною проблемою для цієї країни є сильний вплив радянських символів і відсутність сучасних, адекватних реальності. Крім того, нові проекти, які пропонуються сучасними російськими дизайнерами, також продовжують транслювати радянську логіку і не пропонують нових сміливих

сучасних дизайнерських рішень [Родькин П. Москва: вернуть статус столицы российского дизайна или остаться городом прошлого [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prdesign.ru/text/2011/moscowbrand.html>]. Головною помилкою у цій ситуації є те, що візуальні комунікації та символічні маркери повсякденності залишаються без уваги.

Важливою проблемою під час розробки фірмового стилю країни є відповідність посилу, енергії айдентики національній ідентичності території. Крім того, розбіжності між внутрішнім та зовнішнім брендом території у позиціонуванні через айдентику, значно знижують ефективність загальної стратегії брендингу. Наприклад, однією з помилок у рекламній кампанії "Ukraine. Moving in the fast lane", запропонованої CFC Consulting для просування бренду "Україна". Артемій Лебедєв оцінив нову айдентику України як невдалу, бо за теорією дизайну напрям руху повинен символізувати прогрес (зліва направо), а у даному випадку рух – назад. Автори логотипу вважають такий напрям символом руху в сторону Європи. Але за законами айдентики це дизайнерське рішення є невірним. Також, експерти з реклами критикують світлий колір очей персонажів, який викликає у реципієнтів недовіру та стиль аніме, котрий не відображає український національний характер. Як варіант, така стилістика могла б бути ефективною за умов вузького позиціонування, наприклад, Україна для японців. Проблема зміни контексту буде завжди актуальною для айдентики територіальних брендів, бо територія не може бути однаково привабливою для всього світу. Символи, що зрозумілі і впливові для мешканців однієї території, є чужими та неефективними для іншої. А при великій кількості напрямів позиціонування території у символах, існує великий ризик виникнення протиріч у системі бренду взагалі.

Всі ці проблеми є відкритими темами для обговорення серед експертів з брендингу територій. Айдентика – новий актуальний напрям дослідження у політичній науці. Сьогодні кожна країна, організація, регіон, місто, політична партія мають свою візуальну ідентичність. І саме від якісної та гармонічної сукупності кольорів, форм, ліній, шрифтів залежить ефективність брендингу. З розвитком інформаційних технологій у територій виникла можливість використовувати нетрадиційні методи просування бренду (через фільми, комп'ютерні ігри тощо) та використовувати механізми п'ятимірного брендингу. Треба враховувати провідні тенденції у айдентиці та використовувати міжнародний досвід для створення привабливого та ефективного фірмового стилю бренду "Україна".

***О. Л. Боринська, канд. політ. наук,
ПНУ ім. В. Стефаника, Івано-Франківськ***

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "ПОЛІТИЧНА ТРАНСФОРМАЦІЯ"

Вивчаючи трансформацію політичної системи, необхідно розуміти, що це процес історичних змін в інтегрованій сукупності політичної вла-

ди, суб'єктів, відносин, політичної організації і політичної культури суспільства. Кожна із вказаних складових потребує окремого розділу і в залежності на який компонент науковці роблять наголос, відповідно, сам термін "політична трансформація" набуває певного змісту з більш вузьким спеціалізованим нахилом. Трансформаційні процеси відбуваються завжди проблемно і супроводжуються кардинальними або поступовими змінами характеру взаємовідносин між державою та громадянським суспільством, зазначає українська дослідниця О. П. Сіверська, конфліктом політичних та моральних цінностей на перехідному етапі, відповідно, соціальні та економічні зміни можуть пришвидшувати або гальмувати структурну трансформацію суспільства [*Сіверська О. П. Метод порівняльного аналізу та його значення для вивчення трансформаційних процесів сучасних політичних систем // Трансформація політичних систем на постсоціалістичному просторі : матеріали міжнародної науково-теоретичної конференції, 8–9 лютого 2006 р. / укл. Г. О. Нестеренко ; за ред. В. П. Беха. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – С. 68–72*].

На думку професора О. В. Новакової, поняття "трансформація" та "модернізація" повинні розглядатися як складові політичного розвитку. Під терміном "трансформація" дослідниця розуміє вихід системи за межі стабільного функціонування і перехід до нової якості. Відповідно, поняття "політична трансформація" вміщує в себе весь процес руху суспільства, зміни різної направленості, на відміну від нього "модернізація суспільства" розглядає аспект вдосконалення суспільства, поступу уперед. Модернізація – це саме та частина трансформаційного процесу, коли система не просто виходить за межі власної соціальної організації, а починає вирішувати проблеми соціуму. Специфіка поняття "модернізація" полягає в тому, що воно акцентує увагу саме на підвищенні функціональної здатності соціальних інститутів [*Новакова О. В. Методологічні аспекти дослідження процесів політичної трансформації та модернізації в сучасній Україні // Трансформація політичних систем на постсоціалістичному просторі : матеріали міжнародної науково-теоретичної конференції, 8–9 лютого 2006 р. / укл. Г. О. Нестеренко ; за ред. В. П. Беха. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2006. – С. 61–64*].

Розглядаючи пострадянську політичну трансформацію через призму соціальних змін, варто зазначити, що деякі теоретики схильні її розглядати як окремий тушовий побічний продукт глобальних постмодерних змін, означаючи як "неомеркантілізм" – вважає В. Степаненко. Нетривалий історичний період цих змін, розрив генераційної спадкоємності гарантованого вживання, деформоване ціннісне ядро, дефіцит розвитку цінностей самовираження – всі ці фактори максимально утруднюють період політичних трансформацій, часто сприяють утвердженню авторитарної влади, так як на думку більшості у суспільстві демократичні цінності не виправдали свого впровадження [*Степаненко В. Проблеми формування громадянського суспільства в Україні: інститути, практики, цінності // Українське суспільство: 10 років незалежності / за ред. В. Ворони. – К. : ІС НАН України, 2001. – С. 169–183*].

Визначаючи характеристику трансформаційних процесів на пострадянському просторі, на нашу думку, варто звернутись до здобутків білоруської дослідниці Н. Антановіч. Вивчаючи літературу по вказаній тематиці, авторка дійшла висновку, що більшість російських та білоруських вчених схиляються до "хвилеподібного" характеру структурних перетворень. Процеси транзиту у пострадянських державах протікають в умовах переходу від недостатньої державності до державного будівництва та утвердження національних інтересів. Визначення самої "пострадянської трансформації" розуміється як складний і суперечливий процес, у ході якого необхідно одночасно створити демократичні політичні умови та ринкову економіку, при цьому має функціонувати дієздатна державність, що в стані втілити реформування. Однією з основних проблем на шляху якісного розвитку є підвищення правової і політичної культури [Антанович Н. А. Политические трансформации на постсоветском пространстве: парадигмы изучения и ключевые исследовательские проблемы // Социология. – 2007. – № 2. – С. 24–41]. Політичний та соціально-економічний розвиток призвів до логіки владної та соціальної стабілізації та формуванню консолідованих політичних режимів. На думку Н. Антановіч, демократія визнається як політична цінність і ціль державного розвитку, що закріплено на конституційному рівні. Проблемою на сьогоднішній день є дотримання верховенства права, відповідність формальних і неформальних інститутів, публічність політичного процесу.

З позиції неопатримоніалізму, розглядає політичні трансформації на пострадянському просторі харківський дослідник О. Фісун. За його визначенням, концепція неопатримоніалізму дає чіткий орієнтир для інтерпретації постколоніальних транзитів не тільки у країнах "третього світу", а й у посткомуністичному регіоні, зокрема в Україні [Фисун А. А. Демократия, неопатримониализм и глобальные трансформации : монография. – Харьков : Константа, 2006]. Історична траєкторія розвитку пострадянських політичних режимів (демократизація до, а не після будівництва й консолідації модерної держави) досить точно відтворює інституційну логіку виникнення неопатримоніального синтезу вже в умовах посткомуністичного розвитку: поєднання сучасного фасаду демократичного устрою з внутрішньою неопатримоніальною логікою його функціонування. Посткомуністичні політичні системи інверсійного типу відтворюють логіку неопатримоніального політичного процесу, на думку В. Шевчука, – це не боротьба партійно-політичних альтернатив у рамках парламентського процесу, а боротьба різних фракцій неопатримоніальної бюрократії за монополізацію тих чи інших сегментів клієнтарно-патронажних мереж, їхню зміну та перерозподіл [Шевчук В. Посткомуністичне владоупорядкування у контексті веберівської теорії патримоніалізму // Людина і політика. – 2000. – № 2. – С. 7–12].

Отже, при визначенні поняття "політична трансформація" розуміємо якісні структурні зміни, у результаті яких поглибитись політична терпимість, підвищиться ступінь довіри громадян до інститутів влади, зросте повага до інтересів і прав національних меншин, досягнуто консенсусу з приводу базових цілей і цінностей суспільного розвитку.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА В УКРАЇНІ

У наші дні людство досягло величезної кількості високорозвинених технологій у різних сферах, і політична діяльність не є винятком. Для отримання високих посад команди кандидатів розробляють конкретні стратегії у розробці політичного іміджу. Саме імідж є об'єднуючою ланкою між політиком і суспільством, є візиткою лідера. Цікаво дослідити, яку роль зіграв імідж на останніх президентських виборах в Україні.

Згідно з офіційними результатами першого туру президентської кампанії 2010 року, інтерес представляють Віктор Янукович (35,3 %), Юлія Тимошенко (25 %), Сергій Тігіпко (13 %), Арсеній Яценюк (7 %) [Вибори Президента України 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Вибори_Президента_України_2010].

Ю. Тимошенко – основна частина її електорату проживає в центральних та західних регіонах, де розвинена сільськогосподарська галузь та панує інтелігенція. Це наклало на її образ певні рамки, змушуючи демонструвати не стільки силу, скільки зважений підхід, здатність заступитися за людей перед будь-якою загрозою. У штучно змодельованому конфлікті в рекламній кампанії був створений саме той конфлікт, який містив в собі два протилежних спонукання діяти, а саме "Підтримувати" ВОНА "–" Засуджувати "ВОНИ", але підходив і до тематики вічної боротьби Добра і Зла. Сюди ж відноситься експлуатація образу "Матері", перегукується з популярними образами "Земля", "Україна" ("Вона – це Україна", "З Україною в серці"). У тому числі за допомогою тварин персоніфікацій – "Тигр Юля" – ролики за участю білої тигриці, яка свою силу і хитрість використовує для захисту своїх дитинчат. Можна констатувати, що для Тимошенко дуже важливу роль грав саме Символ. Діючи за принципом асоціацій, вона завжди намагалася не просто пов'язати свою персону з актуальною на даний час чеснотою ("успішна", "реформатор", "демократ"), але залишити його в людській свідомості собою, надати власні риси, зберігаючи при цьому притаманний Символу "містичний ореол".

Виборчу кампанію Сергія Тігіпко експерти називають одною з найбільш вдалих [Гайжевська Т. Політтехнологи про методи "зваблення" виборців. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.glavred.info/archive/2010/01/12/190141-6.html>]. Він був тим, хто, здавалося б, насправді, відповідав практично усім очікуванням електорату. Імідж С. Тігіпка можна описати як чесний бізнесмен, який "зробив себе сам", новий сильний гравець на політичній арені України, який жодним чином не ототожнює себе з якоюсь частиною України. Весь його образ на рекламних щитах показував величезну впевненість (від погляду до мімічних проявів), приховану силу і необмежені можливості та вміння. С. Тігіпка –

здобув популярність за рахунок протестного електорату, який побачив в політиці альтернативу В. Януковичу та Ю. Тимошенку. Передвиборна кампанія досить посередня, головним чином обіграла гасло "Сильний президент – Сильна країна". Однак саме її посередність, без надмірної деталізації дозволила багатьом громадянам побачити в ньому привабливості для них якості, що асоціюються зі словами "сильний лідер".

А. Яценюк – спочатку робив ставку, як і Тимошенко на представників заходу і центру України. Тільки з тією різницею, що основний акцент у спілкуванні з виборцями робився на молодь та інтелектуалів. Він уявлявся населенню як молодий перспективний ліберальний політик, котрий не зміг працювати у Верховній Раді через свій високоморальний рівень. Головним для нього було підтримувати цей імідж і не втрати свій електорат. За зовнішнім виглядом А. Яценюк був скоріше представником молодого покоління, яке прагне поступових, обдуманих змін та аж ніяк не втілював образ практично військового реформатора, на що претендувала його виборча кампанія загалом. Він не мав стати сильним, реформаторським лідером. Саме тому, через розбіжність між очікуваннями населення і тим, що було запропоновано А. Яценюком, він вплинув на масову свідомість, але отримав зворотній результат. Політичні технології, що використовувалися командою А. Яценюка визнають як одні з найгірших в контексті потрапляння в суспільне очікування. Його сильною стороною вважали відносно "новизну", відсутність компрометуючих зв'язків у минулому, непоганий послужний список і ораторські здібності. Між тим очевидні іміджеві промахи команди кандидата, значною мірою підірвали його рейтинг у президентській кампанії.

В. Янукович – розглядаючи характер передвиборної кампанії цього політика з точки зору, обіцяної виборцям цільової динаміки, можна прийти до висновку, що лейтмотив повідомлень даного кандидата, укладається в концепцію "стабільність в перервах". Орієнтований на консервативний світогляд східних і південних "спраглих сильної руки" регіонів суперечливий інформаційний посил використовував ностальгію окремих груп населення (переважно старшого віку) по "старому доброму минулому". При цьому вся передвиборна кампанія кандидата носила на собі відбиток його особистості – досить прості гасла ("Україна для людей"), "загальні" заяви, активне використання існуючих в суспільстві стереотипів (розрахованих на невисокий рівень культури). В. Янукович постав як сильний та стабільний лідер, і це було саме те, чого від нього й очікували і те, яким його бачив його електорат протягом останніх років. Його політтехнологи не намагались створити нічого нового, а лише підтримувати уже існуючий імідж.

Згідно з класифікацією Барлетта [Ольшанский Д. Основы политической психологии. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001], політичні лідери поділяються на три основних типи: - інституціональний – який визнається внаслідок престижу займаної посади. Таким чином "інституціонального" на останніх президентських виборах могла б розглядатися

скоріше як показник успішності. Так, В. Янукович "лідер від губернатора – до прем'єра", С. Тігіпко "ефективний банкір", А. Яценюк "банкір і спікер", Ю. Тимошенко "успішний прем'єр-міністр"; – домінуючий тип лідера – впливає на підставі своєї сили. Сюди найбільшим чином підходить В. Янукович, чия виборча кампанія будувалася за допомогою залучення різноманітних ресурсів підкреслюючих його силу – від потужного кадрового апарату, до особливостей характеру; – переконуючий – впливає на настрої. Це – Юлія Тимошенко, Арсеній Яценюк.

За Берне, поділяється на наступні підтипи: - інтелектуальний – виражається в намірі політика дати нормативні відповіді на потреби суспільства (А. Яценюк); – реформаторський – на цьому мотиві будувалася вся кампанія С. Тігіпко, до неї вдавалися і у В. Януковича; – революційне – Ю. Тимошенко.

Із запропонованих Е. Коблянською і Е. Лабковською [*Коблянская Е., Лабковская Е. Поведение политиков предсказать можно // Независимая газета. – 1993. – 31 марта*] 5 типів можна виокремити двати: параноїдальний – В. Янукович; демонстративний – Ю. Тимошенко, А. Яценюк, С. Тігіпко.

Отже, під час виборчої кампанії 2010 року згідно класифікації моделей політичного іміджу А. С. Тургаєва та А. Е. Хренова [Политология в схемах и комментариях / под ред. А. С. Тургаева, А. Е. Хренова. – СПб. : Питер, 2005] політтехнологи Ю. Тимошенко обрали 4-хпроменеву модель, що включає харизматичний та інноваційний типи лідерства, А. Яценюка – просту 3-хпроменеву (моральні якості, інтелектуальність, потенціал особистості), С. Тігіпка – 4-хпроменеву (харизматичний, бюрократичний), а у В. Януковича переважає 3-хпроменева (особистісні якості, діяльність, відношення) з доповненням харизматичного типу.

Д. А. Будко, асп., СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия
dianabudko@mail.ru

ПРАКТИКИ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ВЛАСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ОПЫТ 2000-х ГОДОВ)

Политическая система Российской Федерации на протяжении первого десятилетия двухтысячных годов пережила ряд трансформаций. Дело здесь не в каком-то особом изменении режима или принятии новой конституции. Возникли не существовавшие ранее и отвечающие потребностям тогдашней политической ситуации институты (например, институт полномочного представителя в Федеральных округах). Однако впервые очередь изменения затронули способы и функционирования ряда политических институтов существовавших ранее, причем касается это не только формальной практике их действия, но и неформальной. Перед многими отечественными, впрочем и зарубежными исследователями, возникает проблема осущетствления президентской власти в

современной России. Вполне вероятно разделить специфику данного вопроса на несколько пунктов: в какой степени авторитарна или демократична президентская власть в России; какова новизна этого явления (является сильная власть главы государства чем-то новым, или же истоки следует искать в девяностых годах двадцатого века и даже намного раньше) и какие изменения ее ждут, учитывая ситуацию увеличения срока президентских полномочий и сложившегося тандема.

Р. Саква, известный исследователь России, отмечает, что политика В. В. Путина по существу своему – продолжение политики Б. Н. Ельцина. Все те направления политики, которые развивал В. В. Путин, были начаты первым президентом России. При этом сумев воплотить в себе чаяния российского народа того периода времени, он с легкостью провел в жизнь свою линию политики: "Возможно, в лидерстве Путина присутствовали авторитарные черты, но главное было то, что он был авторитарен. Выше мы предположили, что Путин воплощал "мятеж народа" против продажности и жадности деятелей ельцинской эпохи. Этот мятеж захватил не только простых людей, но и элиту. Путин позволил институтам России... получить больше легитимности, которой они не имели при Ельцине... Он унаследовал нестабильный политический порядок, однако быстро придал ему устойчивый характер" [Саква Р. Путин: выбор России. – М. : ОЛМА-Пресс, 2005. – С. 424]. По мнению Д. Трейсмана, с приходом Путина произошли лишь небольшие изменения в отдельно взятых областях политической, общественной и экономической жизни России: "Большая часть выдающихся достижений Путина кроется не в проводимой им политике, а в его популярности. Впервые за долгое время у России есть лидер, которого поддерживает большая часть граждан. С октября 1999 года поддержка Путина варьируется с 61 % до 84 %". Д. Трейсман подчеркивает, что любовь к В. В. Путину, повлиявшая на ситуацию в парламенте, позволила не только принять законы, которые блокировались в течение пяти лет, но и беспрепятственно проводить свою политику. Таким образом, Д. Трейсман настаивает на том, что в России в самом начале двухтысячных годов происходило укрепление президентской власти. Причем одобрение этого происходило, в большей степени не из гибкости В. В. Путина в отношении властных элит, а из поддержки простых граждан, очарованных новым молодым лидером, что в ситуации Российской Федерации гораздо более важно для осуществления эффективной политики [Treisman D. Russia Renewed? // Foreign Affairs. – 2002. – Vol. 81, № 6. – P. 70].

Возникновение такого неформального института, как "тандем", объединяющий в себе президента и премьер-министра, также вызывает у исследователей множество вопросов. Г. К. Холодковский указывает на то, что в сложившейся ситуации следует говорить не о "дуумвирате" или "двоевластии", а именно о "тандеме", поскольку здесь есть ведущий (Владимир Путин) и ведомый (Дмитрий Медведев) [Холодковский Г. К. К вопросу о политической системе современной России // По-

лис. – 2009. – № 2 (110). – С. 17]. И. Э. Стрелец полагает, что в сложившемся тандеме не существует каких-либо идеологических и властных столкновений, напротив он выступает своего рода "подушкой безопасности" для страны и ставит ее в более выгодное по сравнению с другими странами положение. М. Рогожников переводит проблему взаимодействия президента и председателя правительства из области их личных взаимоотношений в сферу политического лидерства, как такового. В данном контексте существующий тандем рассматривается, как исключительно положительное явление, поскольку дальнейшее развитие института политического лидерства в Российской Федерации предполагает его расширение по вертикали снизу-вверх. При этом увеличение числа политических лидеров является профилактикой авторитаризма и тоталитаризма [Рогожников М. В. Введение и основные выводы // Ежегодный доклад ИНОП "Оценка состояния и перспектив политической системы России". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.inop.ru/files/Doklad_2009_mr.pdf]. Существует и другая точка зрения на существование этого института. Например, В. Б. Пастухов полагает, что нынешний тандем не имеет положительных тенденций развития. Сама идея такого положения власти является не политической, а политехнологической. Можно говорить лишь о том, что они олицетворяют два культурных типа, существующих в современной политической России, которую В. Б. Пастухов сравнивает с пустыней: городской и деревенский. Изменить что-то в политической жизни возможно только сменив эту культурную парадигму [Пастухов В. Б. Медведев vs. Путин: двоемыслие как альтернатива двоевластию. Послесловие политического циника к дискуссии о либеральном повороте // Полис. – 2009. – № 6 (114). – С. 133]. Таким образом, мнения относительно присутствия в России такого института как "тандем" разнятся. Каждый исследователь видит в нем свои перспективы, однако все они отвергают постоянное существование его в нынешнем виде.

Это лишь частные, отдельные точки зрения на существование в России президентской власти. Однако подводя итог написанному, следует отметить, что несмотря на различия, приведенные выше исследователи сходятся в одном: существовавшая в России первого десятилетия двадцать первого века президентская власть во многом отвечала чаяниям российского народа и явилась логическим продолжением традиций правления, заложенных еще в период правления Бориса Ельцина.

В. В. Буян, асп., КНУТШ, Київ

ПОЛІТИЧНИЙ МІФ ЯК КОНСТРУКТ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО

Міфи супроводжують нас протягом тривалого історичного періоду і навряд чи правомірно ставити питання про можливість повного звільнення від їх впливу. І в найближчому майбутньому збережеться певний

баланс між раціональним знанням і міфологією. Міф можна вивчати й інтерпретувати в найчисленніших і взаємодоповнюючих аспектах. Це одна з найскладніших і універсальних категорій культури. Слідуючи феноменологічному розгляду міфу, автор розуміє його як специфічну позаісторичну і позанаукову форму пізнання навколишньої (природного, соціального і політичного) реальності. У міфі є своя логіка, істинність і достовірність, але і істинність, і вірогідність його – міфічні, і в цій якості він сприймається міфічною свідомістю.

Дослідженням архітекτονіки міфу, як і політичної культури тією чи іншою мірою займалися мислителі ще з давніх часів – Платон, Аристотель, Ш. Л. Монтеск'є, Н. Макіавелі, Й. Г. Гердер, проте входження цього терміну до широкого наукового обігу в якості політологічної категорії відбулося лише в середині ХХ століття завдяки працям американських дослідників Г. Алмонда, С. Верби, Д. Пауелла, Т. Парсонса, Д. Істона. Вагомі дослідження в галузі політичної культури та політичних цінностей здійснили такі дослідники, як: В. Айхлер, Е. Баталов, Р. Бауер, Ф. Бейлі, Д. Белл, Х. Віара, А. Вілдавський, І. Воронов, Є. Вятр, К. Гаджиев, Д. Гарднер, Д. Горер, А. Дегтярьов, Л. Дитгмер, Д. Елазар, А. Інкелес, В. Іноземцев, О. Кіндратець, Р. Корр, В. Кулагін, С. Лодж, Д. Мід, Дж. Нейсбіт, Л. Пай, О. Панарін, М. Петро, Д. Поп, Д. Рікман, Дж. Рітцер, Дж. Ролз, Р. Робертсон, У. Розенбаум, Р. Такер, Р. Тезлафф, Г. Тернборн, А. Турен, С. Уайт, М. Уотерс, Т. Хірші, Т. Фрідман, Е. Фромм, Ф. Фукуяма, Е. Ціммерман, Г. Шахназаров, А. Юраун та інші.

В Україні дослідженню політичної культури та політичних цінностей присвячені праці В. Андрущенка, О. Бабкіної, В. Баркова, В. Бебика, В. Беха, О. Білоруса, В. Боровика, О. Бузгаліна, А. Величко, І. Вільчинської, А. Голобуцького, Т. Голобуцької, М. Головатого, Є. Головахи, В. Горбатенка, В. Драговця, О. Корнієвського, В. Кремня, І. Кресіної, Г. Колодка, Є. Комарова, П. Кононенка, В. Кулика, І. Кураса, М. Михальченка, Л. Морозова, Л. Нагорної, Н. Паніної, В. Панченка, Ю. Пахомова, В. Потульницького, В. Ребкала, Ф. Рудича, В. Селіванов, М. Степика, В. Ткаченка, М. Ходаківського, М. Чурілова, В. Якушика та інших дослідників. Але проблема впливу політичних міфів на стан політичної культури українського суспільства у працях цих авторів не є головною, а лише дотичною. Спеціальних досліджень бракує.

Основу міфології складають архетипи, що дісталися нам від попередніх поколінь, тобто спадщина, від якого ми не можемо відмовитися. Ще одне важливе джерело міфу – емоції. Поки є віра, живий і міф. Вона абсолютна, тому міф неможливо зруйнувати раціональними аргументами, поки людина вірить в свого героя і проведену політику, він ототожнює реальність з міфом, реального політика з героїчним чином. Відповідно і поведінка людини, захоплена міфом, стає програмованою і передбачуваною, здійснюється за допомогою соціальних стереотипів. Актуалізувати міфотворчість може і страх. Ірраціональний страх в політиці – дієвий засіб "відключення" здорового глузду і захисних психологічних механізмів. Вра-

жена страхом людина не здатна адекватно сприймати події, що відбуваються, єдиним бажанням становилося знищення об'єкта страху.

Для появи міфів живильним ґрунтом стає відповідний психологічний стан суспільства, наявність напруженої ситуації, коли відбувається реанімація архаїчних основ культури. Руйнування уявлень, що лежать в основі самоідентифікації особистості в умовах соціокультурної кризи в Україні, що пов'язана з відсутністю адекватної компенсації замість знищеної картини світу радянської людини. Це призводить до пошуку нової ідентичності і сприяє поширенню девіантних форм поведінки і поглибленню світоглядної кризи.

Можна вивести певну закономірність – політичні міфи затверджуються найбільш легко в країнах, де існують кризові ситуації і політична нестабільність. Однак наявність цієї закономірності не виключає затвердження політичних міфів і в країнах з благополучною соціально-політичною ситуацією, де як передумовою виступають бажання і надії людей, як колективне несвідоме, що потребує відповідному оформленні (в тому числі і в міфі). Таким чином, міфи існують і в авторитарних і в демократичних суспільствах, але засновані на різних міфологемах і відображають різні традиції політичної культури.

Сьогодні парадигми наукового аналізу політичного міфу в рамках психологічного, структурно-функціонального, символічного підходів не можуть бути повними. Необхідно застосувати феноменологічний підхід. Це не означає, що треба відмовитися то наукових методів аналізу. Але науковий аналіз може зруйнувати цілісність міфу. Тому, щоб міф був адекватно зрозумілий, він повинен розглядатися виключно з точки зору міфічного суб'єкта. Необхідно враховувати і принцип соціологізму. Різних епох, певним соціальним групам і спільнотам властива своя приватна міфологія. Це породжує конкуренцію і боротьбу міфів.

Політичний міф, маючи однотипну структуру міфу традиційного, вибудовує образну міфологічну картину політичної реальності, де обґрунтовуються претензії певної групи чи лідера на владу. Просторово-часові категорії сприймаються в силу специфіки міфологічного мислення через протиставлення "ми – вони". Формуються надання про сакральній території (на образ Батьківщини) і ворожому навколишньому просторі (навіть не завжди ворожим, швидше незрозумілим і чужим), звідси таке підозріле ставлення до тих, хто потенційно може зруйнувати утворився на сакральній території Космос і принести Хаос. Це передумови до появи образу ворога, як зовнішнього, так і внутрішнього.

Розглядаючи політичний міф як форму традиційного, необхідно визнати, що це не тотожні явища. Істотна відмінність міфу політичного в тому, що він цілеспрямовано конструється. Для цього необхідна діяльність ідеологізованих груп, які формують і поширюють конкретні політичні міфи. Ці міфотворці володіють певним даром прогнозування, здатністю відображення колективних уявлень. Але діяльність цих груп не завжди неосмислена. Як і сам процес міфотворчості не можна звести

лише до направляючих процесів, елементи стихійності в ньому зберігаються завжди. Та й точно передбачити, як сприйме масову свідомість той чи інший проект, також неможливо. Таким чином, в політичному міфі зустрічається міфологія спонтанна, що йде знизу, з усіма вхідними в неї елементами національного самовідчуття і міфологія "штучна", конструюється з ідеологічними та політичними цілями всередині окремих інтелектуальних або владних груп.

Г. Ю. Воробйова, студ. КНУТШ, Київ

ПОЛІТИЧНА МЕТАФОРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА СВІДОМІСТЬ

Всесвітньо відома Енциклопедія Британніка визначає метафору як мовний інструмент, що передбачає порівняння двох відмінних від собою явищ чи процесів. Її застосування дозволяє апелювати до сфери ірраціонального і образного мислення, а тому до метафор часто звертаються з метою впливу на політичну свідомість громадян. Політика як діяльність ґрунтується на ідеях, що вимагають використання засобів та механізмів комунікації для їх поширення та захоплення дедалі більшої аудиторії шанувальників (потенційних виборців). Метафора в цьому контексті є корисною, оскільки вона сприяє організації та налагодженню потоків інформації у політико-владних відносинах, сприяючи встановленню контролю над масовою свідомістю. Застосування метафор передбачає використання найцікавіших повідомлень, оповідачів та каналів доставки, які спрямовані на отримання найголовнішого ресурсу над управління суспільством – увагою. Метафоричність у висловлюваннях в період передвиборчої агітації, під час кризових ситуацій у країні, у часи трансформації політичних режимів, спрямована на емотивну сферу людини, що сприяє сприйняттю політичних сил та легітимації їх дій з боку суспільства. Щоб вибудувати власний імідж, політики схильні до використання метафор однієї тематики.

Метафора не стосується істини, оскільки вона перш за все впливає на почуття та емоції, які і визначають смисл тексту. Важливою особливістю політичної метафори є завжди суб'єктивність. У Фрідріха Ніцше істина – рухлива армія метафор, у Ганса-Георга Гадамера сфера, яку герменевтика ділить з риторикою, – це сфера переконливих, а не логічно-примусових аргументів, у Дональда Девідсона метафора не має семантики, не має референта, а має лише свою прагматику. В. Н. Цолер вказує на те, когнітивна сфера метафори робить її незамінним інструментом при пошуку вирішення нових проблемних ситуацій.

Мас-медіа широко використовують у новинах політичні метафори (особливо Euronews, BBC), образні висловлювання щодо політичних дій. Яскравим прикладом є випадок із М. Каддафі, образ якого найвідоміші світові засоби масової комунікації трансформували з "батька революцій" і "захисника прав свого народу" на "ватажка зграї" та "зłodія". Тут

доречно згадати і виступ Тоні Блера після смерті принцеси Діани, коли він назвав її "народною принцесою". Феномен маніпуляції масовою свідомістю детально зображено Дж. Оруелом у книзі "1984", у якій він описує процес нав'язування людям певної "єдиноістинної" моделі бачення світу.

У політичній мові можна виокремити такі базові типи метафор: метафори будинку, наприклад, "коридори влади", "загальноєвропейський дім", метафори механізму "механізм змін", "важелі влади", організму ("народження парламенту"), сім'ї та родинних стосунків (батько ринкових реформ", надприродної істоти ("апаратний монстр Генеральної прокуратури", театру ("на сцені політичного театру"), спортивних змагань ("передвиборчий марафон"), шляху й засобів пересування ("політичний тупик"), війни ("гарячі політичні баталії"), рослин ("гілка влади"), природньої стихії ("політичний клімат", кухні та їжі ("шеф-кухар конституційної кухні") [Петренко В. Політична мова : навчальний посібник. – К. : ІМВ, 2006. – С. 20].

Особливий інтерес становлять компаративний аналіз метафор в комунікативній практиці лідерів різних держав, на основі чого формується ідіостиль політика. У роботах Дж. Чартеріза-Блека, який вивчає риторику британських і американських політиків, показано, як метафори використовуються у публічних виступах для актуалізації потрібних емотивних асоціацій і створення політичних міфів. Наприклад, "залізна леді" М. Тетчер схильна вживати військову метафорику, Дж. Буш молодший активно застосовує кримінальні образи, а С. Берлусконі віддає перевагу футбольним метафорам [Будаев Е. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – С. 56].

Відповідно до сучасного політичного дискурсу, то після лозунгу передвиборчої кампанії Блоку Юлії Тимошенко "Вона працює", більшість населення саме так і сприймали лідера політичної сили; за В. Ющенком закріпилася метафора "бджоляра" відповідно до його "хобі" і неодноразового наголошення на цьому, президент Білорусі О. Лукашенко залишається "батька", президент України В. Янукович "увімкне Україну", читає Анну Ахматову і сприяє розвитку "геноциду нації" (замість генофонду). Щодо сучасних політичних лідерів України, то від населення можна часто почути узагальнення "данецькие", що сприяє формуванню у стереотипних уявленнях про представників владних органів різних рівнів в цілому.

В. С. Голубчук, асп., КНУТШ, Київ
golubchuk@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ ТА УКРАЇНІ

У зв'язку зі світовою економічною кризою в європейських країнах спостерігається критика концепції "держави загального добробуту". Висловлюються аргументи, що примусовий перерозподіл благ на користь бідних, і відбирання благ у тих хто їх виробляє, несправедливий, що соціа-

льне забезпечення викликає хронічну залежність, що бідні хочуть ще більше, і що уряди завжди ідуть їм на поступки. Приводяться безліч етичних аргументів проти державної допомоги бідним, які практично всі зводяться до тези класичного лібералізму, що кожен сам несе відповідальність за своє благополуччя.

Уряди не переймаються питанням викорінення бідності як такої. Її класифікують на абсолютну і відносну, визначаючи межі бідності. І завдання держав тепер лиш недопустити абсолютної бідності, тобто не давати соціальним прошаркам опускатися нижче певного рівня. Все більше відповідальності держави у соціальній сфері перекладається на громадянське суспільство.

Так наприклад, у наші дні у Великобританії спостерігається перехід до змішаної моделі соціального захисту, яка при збереженні перерозподільчих принципів передбачає набагато більш активну організаційну та фінансову роль громадянського суспільства.

У 2011 році уряд Великобританії обнародував план пенсійної реформи, який викликав наймасштабніші за останні роки страйки в країні. Працівники державного сектору протестували проти підвищення пенсійного віку з 60 років до 66 років і введення нового механізму нарахування пенсій (підвищення суми внесків у пенсійний фонд і скорочення виплат). Уряд же аргументує таку необхідність підвищенням тривалості життя і бюджетним дефіцитом.

В Україні необхідність перекладання фінансового тягаря з держави на громадянське суспільство диктується плачевним станом економіки. Так на початок 2011 склалася ситуація, при якій державне пенсійне забезпечення потребує негайних реформ, а недержавне практично відсутнє. Для прикладу в Україні найбільш високий у Європі відсоток пенсійних виплат від ВВП на душу населення, з якими слабка економіка не справляється. Загроза колапсу всієї пенсійної системи, а також тиск міжнародних кредиторів змусили уряд піти на непопулярні заходи. Був прийнятий закон, що передбачає підвищення пенсійного віку для чоловіків та жінок. Більше того, якщо мінімальний трудовий стаж людини буде менше 15 років, вона взагалі втратить право на державну пенсію. Закон в довгостроковій перспективі спрямований на те, щоб зробити пенсійний фонд бездефіцитним і перейти до накопичувальної та приватної пенсійним схемам.

Завдання дослідників і громадянського суспільства дати оцінку реальним крокам держави з точки зору головного завдання соціальної політики – "формувати дієздатну людину, яка зможе забезпечити собі гідне життя, матеріальне благополуччя і духовний розвиток, і сприяти підтриманню необхідних для цього умов протягом усього періоду життя. І водночас не перерости у всезагальну державну опіку, всеохоплюючий державний патерналізм, а бути лиш поєднання допомоги тим, хто її об'єктивно потребує, зі стимулюванням власних зусиль людини і підвищення її соціальної відповідальності перед самим собою" [Социальная полити-

ка в постсоціалістическом обществе: задачи, противоречия, механизмы. – М. : Наука, 2001. – С. 90]. І контролювати чи робить держава кроки для досягнення цих цілей, а саме держава повинна сприяти підтриманню макроекономічної стабільності, створювати всі умови, необхідні для розвитку і захисту малого і середнього бізнесу, заохочення великого бізнесу до більш активної участі в соціальних проектах.

Отже можна зробити висновок, що побудувати повноцінну соціальну державу в Україні можливо лише при наявності розвинутого громадянського суспільства, здатного впливати на владу, контролювати її і спрямовувати.

О. Ю. Гречко, асп., КНУТШ, Київ
Grechko.oksana@gmail.com

ПРОТИДІЯ НЕЗАКОННІЙ МІГРАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ДЕРЖАВНОЇ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Передусім варто зазначити, що поняття "нелегальна міграція", до якого вдаються не тільки вітчизняні представники мас-медіа, а й політичні, громадські діячі та науковці, у міжнародній міграційній термінології вважається вкрай некоректним. Те, що ми зазвичай називаємо нелегальною міграцією, у світовій практиці прийнято розмежовувати на "незаконну" та "нерегулярну" міграцію. За загальновизнаними нормами міжнародної міграційної термінології, що викладені у "Глосарії термінів в галузі міграції", нерегулярна міграція – це "переміщення, що відбувається поза регульованих норм країни відправлення, транзитної та країни, що приймає [Глосарій термінів в області міграції / под ред. Ришара Перрушу. – Женева, 2005. – С. 44]. Більш широко визначається поняття незаконної міграції. З точки зору країни призначення – незаконний в'їзд, перебування чи робота в цій країні. Це означає, що мігрант не має дозволу чи документів, необхідних, відповідно до імміграційного законодавства, для в'їзду, проживання або роботи в країні. З точки зору країни відправлення незаконними вважаються, наприклад, випадки, коли людина перетинає міжнародний кордон без дійсного паспорту чи проїзного документа або не виконує адміністративні вимоги до виїзду з країни.

Незаконна міграція є одним із глобальних феноменів сучасного світу. Практично всі регіони та більшість країн різною мірою втягнуті у цей процес в якості країн в'їзду чи виїзду мігрантів. Завдяки своїм масштабам, впливу на суспільно-політичні процеси, зростанню негативних наслідків та загроз, поширенню злочинності незаконна міграція потребує адекватного державного реагування та ефективної протидії. Вирішальним фактором у проведенні стратегії контролю та запобіганні нелегальному переправленню мігрантів є наявність системи збирання та обміну інформацією між країнами. Особливу увагу необхідно приділити міжнародним механізмам координації та імплементації такої інформаційної системи.

У Концепції державної міграційної політики України зазначається, що протидія незаконній міграції є одним із її основних стратегічних напрямків. Реалізація положень концепції у цій сфері передбачає підвищення ефективності прикордонного контролю, посилення відповідальності за правопорушення, пов'язані з незаконною міграцією, та внесення в установленому порядку відповідних законодавчих пропозицій; активізацію переговорного процесу з питань укладення міжнародних договорів з державами міграційного ризику про реадмісію осіб; розробку і виконання плану заходів щодо протидії різним формам торгівлі людьми та надання допомоги особам, зокрема жінкам і дітям, які стали її жертвами. На сьогоднішній день, регулювання незаконних міграційних процесів на державному рівні здійснюють Державна міграційна служба, Державна прикордонна служба, Міністерство внутрішніх справ, Служба безпеки України, Міністерство зовнішніх справ, Міністерство соціальної політики, Міністерство охорони здоров'я, Державний комітет статистики та Міністерство юстиції. На наш погляд, така велика кількість задіяних установ у процесі управління незаконною міграцією є неефективною.

Зауважимо, що існує низка факторів, які роблять Україну привабливою для незаконних мігрантів. Це, передусім, географічне положення (межування з 4 країнами Євросоюзу), лояльність державної візової політики, правова неврегульованість питань міграції, функціонування мережі посередників незаконної міграції, недостатній контроль на північних і східних кордонах України, через які, згідно з різними статистичними даними, найбільше проникає незаконних мігрантів на територію нашої держави. Взагалі, кордони між Україною та сусідніми державами мають велику протяжність, і їх складно контролювати. Окрім того, мінливий характер міграційних переміщень та гнучкість контрабандистів й торгівців людьми, які можуть швидко змінювати свої маршрути, вимагають тісного міждержавного співробітництва між Україною та сусідніми країнами.

Характер та основні форми нелегального перетину кордонів, з одного боку, та відсутність ефективної системи державного управління й обліку міграційних процесів, з іншого, фактично не дають змоги достовірно оцінити кількісні параметри та масштаби незаконної міграції в Україні. Так, щорічний протиправний транзит мігрантів через Україну лише приблизно оцінюється в 500–600 тис. осіб.

Для подолання проблеми незаконної міграції необхідна реалізація державної програми з питань міграції та національної безпеки, спрямованої на мінімізацію проникнення на територію держави осіб, які незаконно прибувають в Україну і не заявляють у встановленому порядку про свій намір набути статусу біженця або отримати притулок, втратили законні підстави для подальшого перебування на території нашої країни і ухиляються від виїзду з неї, переховуються та уникають контактів з компетентними органами державної влади. Найважливішим, на нашу думку, в питанні регулювання незаконної міграції є чітке нормативно-правове регулювання питання незаконної міграції, прикордонний контроль та міждержавна співпраця.

Недооцінка масштабів та наслідків незаконної міграції, відсутність ефективних механізмів її запобігання наносять шкоду міжнародному іміджу країни, призводять до прямих економічних втрат та будуть мати для України незворотні демографічні та соціальні наслідки в майбутньому. Перед Україною сьогодні стоїть нагальне стратегічне завдання – забезпечення системи ефективного управління міграцією з метою контролювання незаконної міграції з боку держави.

М. В. Гриньків, КНУТШ, Київ
karasinskamaria@gmail.com

СПЕЦИФІКА ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В СФЕРІ РЕЛІГІЇ

Процеси глобалізації породжують низку проблем у різних сферах, зокрема, і в політичній, і соціальній, і релігійній, і культурній, і юридичній. Сучасні процеси глобалізації кидають виклики, які релігійні інституції не в змозі прийняти. У Європейському Союзі разом з розмиванням державних кордонів при створенні Об'єднаної Європи, відбувається і поступове пом'якшення традицій, що викликає негативну реакцію конфесій, які відстоюють свою релігійну виключність. Дана ситуація вимагає зміни усталеного напрямку політики Європейського Союзу в сфері регулювання суспільно-релігійних та державно-церковних відносин в цілому, та на рівні окремих країн-членів, зокрема.

Розбудова Європи сьогодні базується на не диференціації релігійних традицій на привілейовані й непривілейовані або зведення різноманітних моделей державно-церковної взаємодії до "спільного знаменника". Більше того, керівні структури ЄС толерантно відноситися до релігії у всьому її розмаїтті як до форми етичного, морального, ідеологічного та духовного самовираження європейських громадян з урахуванням різниці між самими релігійними традиціями та особливостями кожної країни. Але, мова йде не лише про визнання конфесійного плюралізму, але й про доречність питання державно-церковних відносин окремих держав. У даному питанні, Європейський Союз не заперечує права окремих країн вводити спеціальне законодавство стосовно релігії та Церкви в разі його кореляції з Європейською конвенцією з прав людини. Дана норма має важливе значення, оскільки може слугувати збереженню національної ідентичності деяких держав-учасниць [Здіорук С. І. Токман В. В. Політика ЄС у сфері суспільно-релігійних та державно-церковних відносин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/May08/04.htm>]. Договір про функціонування ЄС не накладає обмежень на державно-церковні відносини всередині країн-учасниць. Вони повністю вільні у розвитку своїх відносин. Це відноситься до статусу церков і релігійних общин, які необхідно поважати. Договір про функціонування ЄС, забезпечує діалог між ЄС і всіма його організаціями, включаючи церкви і релігійні общини. Діалог необхідно розвивати поважаючи їх ідентичність, особливі потреби і значення релігійної організації.

Загалом у країнах-членах ЄС релігія визнається як важлива складова частина суспільного життя й, більше того, держава створює умови для задоволення релігійних потреб суспільства. Підтримка державою соціальної діяльності повинна поширюватися й на релігійні громади, а відсутність такої підтримки розцінюється як дискримінація. Таким чином, за кожною релігійною громадою визнається право на самовизначення.

В Європейському Союзі в основному застосовуються такі механізми конституційно-правового забезпечення волевиявлення на ґрунті свободи совісті і релігії, як легітимація державної церкви або віросповідання, узаконення статусу традиційних церков чи віросповідань, утвердження партнерського нейтралітету між державою та релігійними інституціями, санкціонування вираженого взаємовідокремлення релігійних організацій і держави [Здіорук С. І., Токман В. В. Досвід державно-церковних відносин в постсоціалістичних країнах: уроки для України у зміцненні національної ідентичності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/juli/2.htm>].

Під легітимацією державної церкви або віросповідання передбачається втілення норм офіційної релігії чи релігійної організації у політичну систему, фінансування її діяльності за рахунок державних коштів, виконання нею певних державних функцій, приналежністю глави держави чи інших високопосадовців до державної церкви чи віросповідання. Наприклад – Греція, Великобританія, Данія, Норвегія.

Що стосується узаконення статусу традиційних церков чи віросповідань відзначається поділом наявних у країні конфесій на так звані визнані або укорінені та усі інші. Такий поділ є наслідком культурно-історичного розвитку певної спільноти і фіксує внесок, заслуги, унікальну роль конкретної віросповідної традиції у її становлення. До прикладу, можна назвати Сербію, Іспанію, Литву, Польщу, де саме таким чином регулюються відносини держави і релігійних інституцій.

Наступний механізм врегулювання є утвердження партнерського нейтралітету між державою та релігійними інституціями, передбачає: максимальне взаємоневтручання держави та церкви у сфері повноважень одна одної; гарантію забезпечення широкої свободи релігії; створення сприятливих умов для соціального служіння конфесій; надання фінансової підтримки суспільно активним церквам і деномінаціям; формування атмосфери толерантності й віротерпимості; відсутність спеціального державного органу, який би здійснював контроль над діяльністю конфесійних утворень. Цей механізм врегулювання сфери державно-церковних відносин спостерігається у Нідерландах, Німеччині, Фінляндії, Швеції.

Ще одним способом врегулювання відносин між державою та церквою є санкціонування вираженого взаємовідокремлення держави і релігійних організацій, що виражається у: відстоюванні принципу світськості, визнанні рівності усіх конфесій перед законом, дистанціюванні держави від підтримки будь-якого віросповідання, утриманні від бюджетного фінансування (принаймні прямого) релігійних об'єднань, неоднозначності

сприйняття соціальної адаптації церков і деномінацій, їхньої залученості до суспільно-громадської діяльності. Як приклад – Франція.

ЄС прагне утворити повноцінне, плюралістично-зорієнтоване демократичне суспільство, яке спроможне гарантувати захист прав і свобод людини. В цьому контексті ПАРЕ пропонує реалізацію конкретних кроків: активно співпрацювати з релігійними об'єднаннями на ниві духовного виховання молоді, благодійництва, захисту демократичних цінностей, охорони здоров'я, збереження природного середовища, соціального служіння тощо; включати інформацію про головні релігійні культури Європи до шкільних програм; забезпечувати рівний доступ до ЗМІ; заохочувати створення спеціальних міжконфесійних центрів з метою кращого ознайомлення народів з різними релігійними традиціями; підтримувати активність неурядових організацій, які працюють над зміцненням взаєморозуміння між релігійними спільнотами і сприяють збереженню релігійно-культурної спадщини; сприяти науковим дослідженням стосовно осмислення ролі релігій в житті сучасних суспільств.

М. С. Гурицька, доц., ГІ НАУ, асучт., КНУТШ, Київ
racta@ukr.net

ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ

Одним із важливих аспектів загального сприйняття й оцінки організації є враження, яке вона справляє, або її імідж (образ). Незалежно від бажань як самої організації, так і фахівців зв'язків із громадськістю імідж – об'єктивний фактор, який відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища чи процесу. Можна виділити цілий ряд ситуацій, де ми реагуємо саме на імідж, а не на реальність:

Це імідж-репутація, на який ми спираємося при зверненні в банк або авіакомпанію. Оскільки, звичайний клієнт не в змозі спиратися лише на щорічний звіт банку або авіакомпанії, щодо своїх досягнень, тому він формує самостійні образи існуючого об'єкту під дією ЗМІ.

Це імідж політика. Оскільки виборець не має з ним особистих контактів, він повинен реагувати на його символічну виставу у вигляді іміджу. В разі голосування за партійними списками виборець також може спиратися виключно на іміджеві представлення партій і її керівників.

Це імідж товару. За наявності безлічі об'єктивно однакових марок, наприклад, пральних порошоків, пива або сигарет, покупець починає реагувати на символічні відмінності між ними, заздалегідь імітовані в образ даного товару фахівцями.

Це імідж фірми, який виникає як частина не матеріальних активів фірми при продажі її іншій особі. При цьому істотна частина суми платиться саме за її символічний вимір.

Поняття "імідж" походить від латинського *imago*, що пов'язане з латинським словом *imitare*, тобто "імітувати". Імідж – мислене уявлення

про людину, товар чи інститут, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою пабліситі, реклами або пропаганди.

Наведемо кілька політичних образів, використовуваних у виборчих кампаніях: досвідчений керівник – господарник, керівник-професіонал; непримиренний борець з корупцією; захисник слабких і знедолених; державно мисляча людина; великий вчений-економіст; добрий сім'янин, турботливий батько; захисник Батьківщини; талановитий організатор; прогресивний, сміливий реформатор.

Формування іміджу політика активно спирається не лише на політичні реалії, але і на особові характеристики (сім'я, діти, домашні тварини, хобі, минуле). І тут є жорстка закономірність. Особові характеристики важливі, оскільки ми можемо вірити не абстрактному об'єкту, а живій людині. Довіра – основний параметр політика, ради якого він спілкується з населенням.

В межах передвиборчої кампанії називають дві можливості для формування іміджу кандидата. З одного боку, це його "обгортка", коли кандидат вдягається у форму, створену для нього консультантом по створенню іміджу. При цьому сильні сторони посилюються, а негативні – послабляються. Інший спосіб відштовхується від виборця. У цьому контексті персоналізація виборчої кампанії означає, що виборець отримує можливість скласти свою власну думку про сильні сторони кандидата. Наприклад, політична партія, яку представляє кандидат, зображується як "кращий охоронець і найефективніший представник програмних ідей партії".

Пропагандистська кампанія, що проводиться напередодні виборів, є по суті сукупність форм і методів актуалізації іміджу кандидата. Досвід і соціологічні дослідження показують, що грамотно організована, матеріально щедро підкріплена і професійно підготовлена листівкова кампанія за ефективністю впливу на електорат порівнянна, а в ряді випадків навіть перевершує електронні ЗМІ. Така кампанія одержала назву "листівкова експансія". Її мета полягає в тому, щоб, використовуючи мову візуального впливу на виборця (наочної агітації), актуалізувати імідж кандидата, організаційно мобілізувати електорат на його підтримку, послабити пропагандистські зусилля суперників. Така мета досягається комплексним підходом, який має змістові, часові і соціально-просторові виміри.

Існують два принципово різні режими актуалізації іміджу. Перший – активний, він провокує аудиторію на відповідні дії стосовно кандидата, другий – допускає пасивне сприймання виборцями ідей кандидата. Перший можна умовно назвати діалоговим режимом, другий – монологовим. Кожний з них має свої переваги та вади.

У ході кампанії по актуалізації іміджу кандидата в депутати, який балотується за підтримкою якої-небудь партії чи руху (так само, як і в кампанії на підтримку якого-небудь виборчого об'єднання), останнім часом важливе місце починає займати стиль агітаційних матеріалів, стиль актуалізації іміджу. Так, для створення "партійного іміджу" необхідне єдине стильове рішення агітаційних матеріалів. Зв'язано це з тим, що запа-

м'ятатися потенційним виборцям, не загубитися в морі передвиборної інформації можна тільки завдяки єдності всіх елементів, закладених в атрибутиці команди кандидата. Вважають доцільним використовувати такі елементи агітаційного стилю: символ партії (виборчого об'єднання, команди кандидата); стильову назву партії (виборчого об'єднання, команди кандидата); партійні значки (офіційний, сувенірний); партійні прапори, вимпели, настільні прапорці; логотипи агітаційних газет, журналів, буклетів; агітаційні розклеювання; бланки, конверти, папки із символікою партії (виборчого об'єднання, команди кандидата); візитні картки активістів; заставку рекламно-агітаційних роликів; графічний модуль для реклами в пресі; агітаційні плакати і листівки; календарі з агітаційною символікою (настінний, перекидний, кишеньковий); поліетиленові пакети з символікою партії (виборчого об'єднання, команди кандидата); сувеніри з партійною символікою (авторучки, запальнички, записні книжечки) тощо.

Отже, через усі види агітаційної продукції повинно проходити єдине гасло виборчої кампанії, і найголовніше – весь матеріал повинен містити інформацію, яку презентує архетип кандидата, лідера партії чи виборчого об'єднання.

А. Ю. Денисова, ДНУ, Донецьк
denisova041@mail.ru

ВИБОРИ БЕЗ ФАЛЬСИФІКАЦІЙ: МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ?

Сьогодні, в світі, де наявність капіталу вирішує долі країн, регіонів і міжнародних організацій – проведення фальсифікованих виборів у масштабах окремої держави вже не здається чимось неймовірно значним. Для нашої країни виборчий процес став взагалі сірою буденною справою. У такій ситуації дуже **актуальна** проблема процесу проведення виборів і з'ясування методів, за допомогою яких вони фальсифікуються. Після закінчення виборів практично у всіх країнах, особливо в пострадянських, починають повідомляти по всіх телеканалах, писати у всіх газетах та Інтернет-джерелах про масові фальсифікації, проведені різними політичними силами. Перші офіційні заяви надходять ще до виборів. Цей факт настільки міцно вкоренився в головах виборців, що багато з них просто не йдуть на вибори, знаючи – їх голос уже відданий заздалегідь за "потрібну" політичну силу. Хто запускає подібні висловлювання? Навіщо ця статистика? І наскільки правдоподібні міфи про масові фальсифікації?

Основною **метою** моєї роботи є визначення об'єктивності інформації про масові фальсифікації, які впливають на результати виборів.

Для написання даного дослідження мною були вивчені роботи таких дослідників як: К. Ерроу "Теорема неможливості", Мальцева Н. М. "Брудні виборчі технології", С. Кара-Мурза, С. Смирнов "Маніпуляція свідомістю", Морозов С. П. "Виборчі технології, які надають маніпулятивний

вплив на електорат", Матвейчик ... "Вуха махають ослон", та ін. У науковій літературі дана проблема висвітлена недостатньо.

Наукові дослідження К. Ерроу, Н. П. Мальцевої та ін вчених, дають можливість реконструювати особисті судження. Але, **поза межами дослідження залишилися** такі питання як: справжня мета поширення інформації про масові фальсифікації, перспективи розвитку удосконалення виборчого законодавства України, що з урахуванням рівня їх новизни є основою вирішення наукових задач і проблем в роботі.

У самих перших державних утвореннях був диктат вождя. Античний світ приніс людству поняття демократія. Демократичні вибори, що проходили в ті часи були праобразом нинішніх. Тоді, як усім відомо, голосувати мали право тільки "громадяни" держави, а такою честю правитель наділяв тільки осіб чоловічої статі, які володіли певним матеріальним статком. Якісь зміни почали відбуватися після прийняття Конституції США в 1787 р. Але, навіть після прийняття цієї Конституції понад 130 років пішло на те, щоб повністю ліквідувати подібні цензи. Проте, деякі дослідники переконані – демократичні, чесні, нефальсифіковані вибори все-одно неможливі. Поняття "влада народу" – абсурдне. Американський науковий діяч Кеннет Ерроу в своїй роботі "Теорема неможливості" доводить, що демократичний вибір неможливий навіть при дотриманні всіх умов таємного, прямого, загального голосування. Він вважає, що смаки й уподобання громадян формують грошові потоки, за якими стоять цілком конкретні люди і фінансові групи. А формують політичні смаки й уподобання за допомогою засобів масової інформації та найрізноманітніших методів маніпулятивного впливу на свідомість, багато з яких вже стали класикою ...

Що стосується безпосередньо проведення виборів – безперечно: фальсифікації на них були, є, і, швидше за все, будуть. Однак, наскільки вони масові і наскільки суттєво впливають на результати виборів? Тут можна на 100 % погодитися з висловом, що міф про тотальну фальсифікацію шкідливіше міфу про чесні вибори. Що він нам дає? Хіба тільки те, що громадяни просто перестають ходити на вибори. Вони не вірять в значимість власного голосу. Відповідно, зростає політичний абсентеїзм. Такий рівень "неявки" можуть дозволити собі тільки дуже забезпечені країни, власне, як і дозволити собі таку кількість виборів. Напрошується оптимістичний висновок: ми забезпечена держава? Тактик фальсифікації виборів дуже багато: це і нарізування округів під конкретного кандидата, і вкидання невеликих пачок бюлетенів з потрібною галочкою, і корупція на місцях, і будинки-фантоми, і відкріпні талони ... Але є одна проблема – вони малоефективні. Не можна домогтися величезного переваги на таких неглобальних методах. Дуже добре зрозуміло інше: чим менше явка на вибори – тим більше шансів сфальсифікувати їх і намалювати потрібний результат. Бо, як говорить народна мудрість: "Неважливо, як голосують, важливо, хто рахує". Отже, комусь дуже вигідно де тільки можна звітувати про те, що якийсь "нехороший" громадянин вкинув замість одного бюлетеня – чотири...

Є ще один дуже ефективний метод: псування бюлетенів. На останніх виборах президента України в Євпаторії було зіпсована більша частина бюлетенів, в них знайшли помилки. У Росії, після того, як прибрали графу "проти всіх", опозиція закликала людей не голосувати і перекреслювати бланк. Але згідно з їх законодавством недійсним вважається тільки той бланк, де неясним є волевиявлення виборця. В перекреслених бюлетенях можна поставити "потрібну" позначку і благополучно зарахувати голос ...

Таким чином, у громадян, зі схильністю до комформізму "відбивають" бажання йти на вибори. Що стосується інших, більш активних і свідомих, то сюди приходять на допомогу доблесні політ. технологи. Зараз існує маса способів вплинути на "правильне" формування думок у громадян. Найпоширеніші чудово були описані С. Кара-Мурза, і Н. М. Мальцевої. Виходить, що чесних і демократичних виборів не існує. Хто володіє капіталом і владними повноваженнями – володіє умами людей. А інформаційні війни вирішують, кого наступного підпустити до необмеженого ресурсу під назвою Держава.

В. В. Долуда, здобувач, КНУТШ, Київ

КУЛЬТУРНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ФАКТОРИ БЕЗПЕКИ

З усієї сукупності факторів (економічних, політичних, правових, демографічних та багатьох інших), які визначають безпеку суспільства й держави у перехідний період їх розвитку, найсуттєвішими є культурні, інформаційні, екологічні, маргінальні та ментальні фактори. Зважаючи на діалектичну єдність культурного й інформаційного факторів серед окресленої вище сукупності факторів, розглянемо їх спільно. Якщо культура певної нації в усталені періоди суспільного буття (до трансформацій) була єдиним впорядкованим, ієрархізованим цілим, то в перехідних умовах культура характеризується певною мозаїчністю, яка, з одного боку, полегшує можливість нав'язувати широким верствам населення певні думки й поняття, а з іншого – сприяє формуванню знань не системою освіти, а засобами масової інформації. В результаті культурне поле соціуму стає небезпечно вразливим, соціальна комунікація втрачає таку важливу рису, як взаємопов'язаність, національна культурна ідентичність нівелюється.

Культурна безпека є надзвичайно чутливою до загроз, особливо зовнішніх. Глобальні інформаційні й комунікаційні технології створюють умови для формування нового інформаційного простору, що охоплює увесь світ. Поряд з позитивним ефектом це створює ризики для культурної безпеки перехідного суспільства, створюються передумови уніфікації культури, суспільної думки, ціннісних орієнтацій, політичної поведінки, запозичення окремих рис сторонніх культур. Системи цінностей традиційних спільнот (родини, громади, етнічної групи, трудового колективу тощо) руйнуються під дією ризиків, створюваних сучасними засобами масової інформації в умовах соціокультурного транзиту. При цьому,

індустрія розваг і засоби масової інформації, що сприяють формуванню суспільної думки, культури й політики, на глобальному рівні цілком монополізовані невеликою групою великих компаній.

Значне місце у формуванні суспільної свідомості займають засоби масової інформації. Вважається, що завдяки великій кількості каналів телебачення, газет, журналів тощо людина отримує можливість вільного вибору інформації. Однак переважна більшість засобів масової інформації подають її відповідно до поширених у суспільстві очікувань, упереджень, стереотипів, або відповідно до того, як цього бажає власник інформаційного засобу. Внаслідок цього інформація значною мірою спотворюється. Ці обставини перетворюють так звану демократичність і об'єктивність преси на фікцію. Потоки інформації є цілком керованими і ті, хто вміє і в змозі ними керувати, визначають уявлення й поведінку людей, формують громадську думку, яка далеко не завжди є адекватним відображенням об'єктивної дійсності. Така ситуація особливо є небезпечною у сфері національної безпеки, оскільки за таких умов здійснюється переважно деструктивний вплив на основні суб'єкти системи її забезпечення.

Однак, переваги розвитку сучасних інформаційних і комунікаційних технологій використовуються не тільки в благих цілях: створюються сприятливі умови для маніпулювання суспільною свідомістю. За допомогою сучасних інформаційних технологій людина створює так званий тунель в інше середовище, яке не може контролювати. І оскільки відмовитися від використання перспективних інформаційних технологій неможливо, слід навчитися оцінювати всі небезпеки, які ці технології несуть за собою. Монополія на засоби масової інформації й комунікації сприяє впровадженню в масову свідомість ідей, цінностей, установок, що відповідають інтересам контролюючих осіб (структур), які далеко не завжди співпадають з державними й суспільними інтересами. Зважаючи на суттєву важливість інформаційної складової в даному контексті, є сенс, на нашу думку, дещо розширити авторську аргументацію стосовно особливого статусу інформаційних факторів впливу на стан безпеки суспільства й держави в умовах трансформацій.

Сучасний стан перехідних соціумів характеризується, окрім іншого, інформаційною експансією з боку інших, зацікавлених у певному перебігу внутрішньодержавних процесів у вказаних соціумах, розвинених держав. Сьогодні вже усталеним в контексті даної проблеми є поняття "інформаційна війна", яка зазвичай визначається як суб'єктивна діяльність по створенню негативних контекстів. Оскільки інформаційний простір соціуму є надзвичайно чутливим до негативних контекстів, а суспільна думка транзитивних країн в силу об'єктивних причин досі не виробила навичок адекватного опору інформаційному тиску, надання інформації негативного контексту призводить до помітного успіху в боротьбі із супротивником. З огляду на тенденцію реактивного опору масової свідомості грубому втручання, інформаційній зброї все більш вишукано надається зовнішня форма об'єктивної інформації. Індивіди й соціальні

групи, що піддаються такому, зовні ненасильницькому впливу, не помічають, що поряд із продуманою асиметрією інформації, що направляється в суспільство, ведеться звертання до емоційної сфери індивіда, пов'язаної зі стійкими негативними емоціями – страхом, ненавистю, горем, презирством, відразою. В остаточному підсумку, масову свідомість доводять до стану, за яким зруйнована психіка індивіда призводить до апатії або вираженої асоціальної поведінки, що виявляється, головним чином, у вигляді немотивованої агресивності молоді, спрямованої на соціум взагалі і на старше покоління, родину, зокрема.

Методи комунікативних технологій в умовах ведення "інформаційної війни" поширюються на всі сфери життя суспільства, провокуючи в транзитивній соціальній реальності нові явища: інформаційну релігійну експансію, переписування сторінок історії, свідоме перекручування норм національних мов убик їх збідніння, введення ненормативної лексики або використання блатного жаргону.

"Інформаційні війни" проти транзитивних суспільств призводять, окрім іншого, ще до одного негативного соціального наслідку – до знищення або підміни установок, характерних для національних культур. Замість цього в суспільну свідомість впроваджуються стереотипи, що ведуть до атомізації суспільства, до пріоритету особистих цілей перед загальними, до духовної роз'єднаності, всездозволеності як наслідку володіння фінансовим капіталом, зневажання нормами закону.

Загроза поширення псевдокультурних знань і цінностей сприяє створенню фіктивного людського і соціального капіталу, що не піддається точному кількісному виміру, але може зіграти "доленосу" роль у розвитку (деградації) перехідного суспільства. Він виражається в низькому професіоналізмі, зниженні значущості моральних норм, створенні культу помилкових (хибних) цінностей тощо.

***Л. О. Дорош, канд. політ. наук, доц.,
НУ "Львівська політехніка", Львів
lesua3@yandex.ua***

ПОЛІТИКО-ПРАВОВА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ОБМЕЖЕННЯ МАНІПУЛЮВАННЯ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ

Демократизація суспільного життя повинна спиратися, передусім, на ґрунтовну та всеохопну систему політико-правової освіти, яка повинна бути не "екзотичним" елементом усієї системи освіти, а органічно при-
таманною їй, невід'ємною складовою її "тіла" та "духу" [Іванов М. С. Де-
які проблеми формування політико-правової культури учасників вибор-
чого процесу засобами політичної освіти // Держава і право : зб. наук.
пр. Юрид. і політ. науки. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького
НАН України, 2002. – Вип. 20. – С. 475].

Правову освіту, зокрема, визначають як навчання політиків, звичайних громадян тому, як слід поводитись на виборах; це вивчення прав та обов'язків учасників виборчого процесу, аналіз законодавства, порівняння окремих аспектів виборчих кампаній різних років, викладення ідеологічних норм і принципів їх учасників тощо. Правова освіта – це ті мінімальні знання, які має отримати "пересічний" виборець для того, щоб його афективні політичні орієнтації остаточно не перемогли когнітивні і "політичний міф не запанував над реальністю" [Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / за заг. ред. Є. В. Радченка. – К. : Факт, 2003. – С. 245]. Визначна роль освіти полягає у навчанні вміння застосовувати наявну сукупність знань у повсякденному житті та практичній діяльності. Правова та політична освіта має велике значення не лише для широких кіл громадськості, але й, насамперед, для тих, хто виступає активним суб'єктом виборчого процесу, зокрема, членів виборчих комісій, кандидатів, їх довірених осіб, уповноважених осіб політичних партій та виборчих блоків партій, офіційних спостерігачів. Рівень політичної культури членів виборчих комісій повинен забезпечувати бажання до активної участі у їх роботі, добросовісне виконання покладених на них обов'язків та використання наданих прав, а не лише їх орієнтування серед політичних сил, які беруть участь у виборчій кампанії. Натомість численні приклади фальсифікації підсумків виборів, факти відмов громадян від участі в роботі комісій свідчать про прогалини у цій царині. Саме тому зусилля таких суб'єктів виборчого процесу, як кандидати, їх довірені особи, уповноважені особи політичних партій та виборчих блоків, офіційні спостерігачі повинні бути спрямовані на набуття знань про специфіку функціонування політичної системи і політичні процеси, про правові засади демократичного суспільства.

Правовій освіті також належить велика роль у формуванні правосвідомості громадян, яку трактують як об'єктивно існуючий набір взаємопов'язаних ідей, емоцій та поглядів, що відображають певне ставлення груп та індивідів до права як цілісного соціального інституту, його системи і структури, окремих законів та інших елементів правової системи, а також критику чинного законодавства у цій сфері [Новгородцев Л. И. Кризис современного правосознания. – М., 1999. – С. 123]. Правосвідомість та правову освіту розглядають як знання норм права, їх розуміння та вміння реалізувати в практиці. Важливим елементом правосвідомості є знання громадянських, соціальних, економічних, політичних прав і свобод людини і їх реалізація [Носков В., Кальянов А., Ефросиніна О. Правосвідомість у соціально-політичному розвитку людини // Політичний менеджмент. – 2005. – № 5. – С. 128].

Окрім того важливим є знання, визнання та дотримання законів. Юридична освіченість особи, розуміння того, що є "законним", а що ні, стає суттєвою перешкодою при застосуванні маніпулятивних технологій. Політична освіта сприяє подоланню байдужості та апатії, оскільки від активної залученості громадян до участі у розв'язанні суспільних проблем, від їх участі у процесі прийняття рішень залежить реальна демократичність нашого суспільства.

Як відомо, демократія починається не з обрання урядів, а з самих громадян-виборців. Усі роки після відновлення незалежності позначені спробами подолати в українців політичну некомпетентність та апатію, які є істотними перешкодами у процесі встановлення демократичного врядування, формування громадянського суспільства. Не остання роль у цьому процесі належить системам сімейного виховання та шкільного навчання, адже прагнення до особистої моральної і правової стійкості, яке повинно виховуватись у сучасній молоді, має виникати при формуванні загальносуспільної культурної ідентичності, соціальної зрілості та компетентності, впевненості в собі та здатності до проявів власної волі.

I. Воронов виділяє ряд вимог, яких слід дотримуватися при визнанні пріоритетності людини у політичному процесі. Це, зокрема, формування особистості як самодостатнього індивіда, його цивілізованого способу життя, орієнтація особи на власні сили, здібності і можливості як засоби досягнення соціально комфортних умов життя та добробуту, реалізація через засади соціального партнерства ідей правового захисту особи, суспільної злагоди і солідарності як чинників соціально спрямованої політичної еволюції людства [Воронов І. О. Людина і політика: У пошуках гуманістичної альтернативи. – К. : Генеза, 2003. – С. 221].

Таким чином, громадянська політична культура у всіх своїх складових, зокрема, через політико-правову освіту, справляє реальний вплив на розвиток та зміцнення демократії, подолання негативних аспектів впливу на свідомість людей, зменшення ймовірності використання маніпулятивних технологій. Громадянська освіта, набуття досвіду надають людині зокрема та суспільству загалом відчуття елементарної компетентності, наявності вмінь, необхідних для життя в демократичному суспільстві, які в сукупності здатні забезпечити істотну протидію політичній дестабілізації, конфронтації й загрозам національній безпеці суспільства та держави.

Впевненість у необхідності забезпечення та дотримання прав та свобод індивіда, політична терпимість до позицій та прагнень інших людей, настроєне ставлення до політичної влади та законослухняність у поєднанні з готовністю відстоювати свої законні права, підтримка основних демократичних настанов, цінностей та інституцій, дотримання закону всіма суб'єктами політичної діяльності є умовами набуття членами українського суспільства і його політичною системою рис демократичності, розвитку громадянського суспільства, а отже, подолання маніпулятивних впливів у політичному процесі.

Т. О. Житнікова, асп., КНУТШ, Київ
tjanka@ukr.net

РІВНІ ЗАХИСТУ ВІД ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

В наш час людина перевантажена інформацією. Засоби масової інформації постійно створюють певну емоційну напругу в суспільстві з приводу того чи іншого питання. Всі події в Україні і світі відбуваються так

швидко, що майже не залишається достатньої кількості часу на прийняття виважених рішень. Все це створює практично ідеальні умови для політичного маніпулювання. Саме тому важливим є не лише проблема визначення і розпізнання політичного маніпулювання, а й захисту від нього.

Захист від маніпулювання Бойко О. Д. визначає як систему дій, спрямовану на усунення чи зведення до мінімуму негативних переживань і можливих втрат, що можуть травмувати чи нашкодити особистості [Бойко О. Д. Політичне маніпулювання – К., 2010. – С. 382]. Специфіка захисту від політичного маніпулювання полягає в захисті прав особистості (певної групи чи суспільства загалом) на вільне волевиявлення стосовно існуючого політичного режиму, діючих політичних сил чи будь-яких інших політичних питань. Можна виділити чотири рівні захисту від політичного маніпулювання: захист цілісності Я; підтримка позитивного Я-образу в між особовій взаємодії; захист цілісності групи у відповідь на внутрішню загрозу розпаду; захист цілісності групи від руйнівних факторів між групової взаємодії. В залежності від характеру захисних дій захист від маніпулювання поділяють на несвідомий та свідомий.

Несвідомий захист від політичного маніпулювання ґрунтується на використанні захисних механізмів психіки, тобто механізмів, що забезпечують усунення чи мінімізацію негативних переживань, які травмують особу, її самооцінку, образ свого Я. Захисні механізми психіки діють непомітно на рівні підсвідомості, тому людина не усвідомлює причин, мотивів, цілей, факту своєї захисної поведінки щодо певного явища, об'єкту чи події. Можна виокремити кілька основних захисних механізмів психіки: заперечення, витіснення, раціоналізація, інтелектуалізація тощо.

На міжособистісному рівні психологічний захист від маніпулювання спрямований на підтримання позитивного образу Я суб'єкта, а на між груповому він сприяє збереженню позитивного групового Ми-образу. Ефект націленого на групу політичного маніпулювання може стосуватися зовнішніх (ліквідація групи, дискредитація результатів групової діяльності тощо) і внутрішніх (розпад, конфлікти, некерованість діяльності тощо) аспектів її буття. Мета групового психологічного захисту полягає у ліквідації загрози соціальній ідентичності індивіда шляхом збереження існування групи як цілісного і самостійного суб'єкта міжгрупової взаємодії. Основними стратегіями в реагуванні групи на загрозу порушення групової цілісності є організаційно-діяльнісна (що полягає у зміні функціональної та операційно-технічної складових групової діяльності: перерозподілі функціонально-рольових взаємин між членами групи, збільшенні або зменшенні чисельності, яка забезпечує зміну типу та характеру взаємодії групи із середовищем і предметом спільної діяльності), а також стратегія когнітивно-афектного переструктурування ситуації, яка не торкається об'єктивних характеристик, але змінює мотиваційно-сміслові аспекти спільної діяльності.

Стратегії психологічного захисту реалізують завдяки використанню групових захисних механізмів, покликаних стабілізувати ситуацію у групі.

Ключовими серед них є: групове табу, створення ілюзії невразливості, однодумність, колективна раціоналізація, груповий ритуал тощо. Ефективність групового психологічного захисту залежить від рівня згуртованості колективу, якості керування, процедури пошуку й оцінювання альтернатив, наявності звичних, усталених і чітких соціальних норм поведінки.

Щодо свідомого захисту від політичного маніпулювання, то першим його етапом є виявлення і розпізнання маніпуляції. Головною ознакою того, що людиною маніпулюють, є відчуття нею незручності, внутрішньої боротьби: їй не хочеться, але доводиться щось робити, говорити, щоб не виглядати погано. На етапі виявлення і розпізнання маніпулювання важливим є моніторинг емоцій, тобто спостереження за ними в динаміці. Це дає змогу виявити ознаки маніпулювання на його початку. Найпоширеніші серед них: дисбаланс, дивність емоцій, повторюваність емоцій. Як правило, про використання маніпулятивних технологій свідчать зміни у ситуаціях взаємодії, а також зміни у поведінці адресата маніпулятивної дії. Свідомий захист від політичного маніпулювання може бути пасивним (суть якого полягає в затриманні власних спонтанних реакцій на маніпулятивні дії, а його способи покликані збити їх темп, дати адресатові час для аналізу ситуації.), активним (має на меті викрити суб'єкта маніпулятивних дій і завдати удару у відповідь, часто є продовженням пасивного) і комплексним.

Отже, захист від політичного маніпулювання може здійснюватися на різних рівнях (особа, група, суспільство) і в різних формах (несвідомий та свідомий – пасивний, активний, комплексний). Кожна людина надає перевагу певним формам і методам захисту від маніпулювання, які стають невід'ємною частиною її індивідуального стилю боротьби з труднощами, зовнішніми впливами і загрозами. Це переважно напівавтоматичне використання певного виду захисту або набору захисних дій є результатом складної взаємодії вродженого темпераменту; природи стресів, пережитих у ранньому дитинстві; форм захисту, зразками для яких були батьки або інші авторитетні особи; досвіду застосування окремих форм і методів захисту.

В. М. Жовтобрюх, студ., КНУТШ, Київ
zhovtobriukh@gmail.com

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ РИЗИКІВ В ПЕРЕХІДНИХ СУСПІЛЬСТВАХ

Шлях демократичного поступу перехідного суспільства є процесом утвердження якісно нового рівня соціально – економічних умов життя, реформування політичної системи для досягнення максимального представлення суспільних інтересів та зміни в ціннісній системі суспільства. Динамічність змін, що відбуваються у політиці, соціальній сфері, економіці стає базисом для набуття суспільством якісно нових характе-

ристик, однак, в той же час, супроводжується імовірністю настання непередбачуваних подій і виникненням політичних ризиків. В цей складний державотворчий перехідний період політичне життя суспільства набуває елементів невизначеності. Водночас визначення та оцінка політичних ризиків є новим напрямком аналітики, в той час як в економічно – розвинутих країнах вже накопичено теоретичний та практичний досвід прогнозування політичних ризиків. У європейських державах інтерес до проблем політичних ризиків виник ще на початку 50-их рр.

У широкому контексті політичний ризик може розглядатися наступним чином: політичний ризик як ситуація можливої небезпеки або невдачі політичної діяльності; політичний ризик – це міра очікуваної невдачі в діяльності політичних акторів; політичний ризик як діяльність політичних акторів, що здійснюється в надії на вдалий результат; політичний ризик як імовірність помилки (або успіху) того чи іншого вибору при прийнятті політичного рішення в ситуації з кількома альтернативами [Кривошеїн В. В. Ризик як атрибут політики // Політичний менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 19].

Політичному ризику притаманні такі риси, як суперечливість, альтернативність, невизначеність. Суперечна природа політичного ризику виявляється в суб'єктивній оцінці об'єктивно існуючих ризикованих дій.

Альтернативність політичного ризику передбачає необхідність вибору з двох і більше можливих варіантів, рішень, дій. Неможливість вибору знімає проблему наявності ризику. Альтернативність набуває різного ступеня складності й розв'язується в різні способи у залежності від конкретного змісту ситуації ризику. Якщо в життєвих ситуаціях вибір робиться, як правило, на основі минулого досвіду та інтуїції, то при оптимальному вирішенні адміністративного і політичного завдання додатково потрібні спеціальні методи і методики. Для вивчення політичного ризику в рамках політичної науки сформувалась окрема галузь наукових досліджень – політична ризикологія.

Варто розуміти, що політичний ризик разом з іншими видами ризиків (соціально-економічними, екологічними, галузевими тощо) утворює державний ризик, який є індикатором інвестиційного клімату відповідної країни. Відповідно при визначенні ризиків країни аналізуються усі ті чинники, що враховує інвестор, коли оцінює наскільки сприятливі або несприятливі умови для вкладення капіталу, включаючи ідеологію і політику, економіку і культуру, а саме: політична стабільність і передбаченість; компетентність і політика органів центральної і місцевої влади, рівень конфлікту інтересів в їх структурах; якість податкової системи і рівень податкового тягаря; макроекономічні показники (бюджет, державний борг, платіжний баланс); якість банківської системи й інших фінансових інститутів; захищеність і визначеність прав власності, рівень корпоративного управління; обов'язковість контрагентів по виконанню своїх домовленостей; відкритість економіки; якість робочої сили; рівень монополізації ринків, бар'єри щодо входу на ринок; рівень законності і право-

порядку, масштаби злочинності і корупції. Рівень кожного із перерахованих параметрів залежить, головним чином, від стану політичної системи, від здатності системи генерувати позитивні імпульси. Важливе значення при цьому мають міцність демократичних інститутів і ефективного забезпечення прав і свобод. Таким чином, чим стабільніша і спрогнозованіша політична система, тим важливішими стають економічні критерії при визначенні інвестиційного клімату.

Одними із головних симптомів політичного ризику можна вважати рівень суспільних заворушень, демонстрацій і т. д., стабільність (імовірність збереження при владі), політичний плюралізм, рівень етнічних та релігійних протиріч, стиль мислення осіб, що приймають державно-політичні рішення, роль примусу при утриманні влади, організованість, вплив ззовні, наслідуваність, антиконституційні дії й соціальні конфлікти.

Маніпуляція негативними наслідками політичних ризиків – це діяльність, пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, в процесі якої актуалізується можливість кількісної та якісної оцінки ймовірності отримання припустимого результату, невдачі або відхилення від поставленої мети. Управління ризиками включає декілька послідовних кроків: планування управління ризиками; ідентифікація ризиків; якісна оцінка ризиків; кількісна оцінка; планування реагування на ризики; моніторинг та контроль ризиків.

Для країн перехідного типу при оцінці політичного ризиків держави важливо враховувати специфіку їх розвитку. Аналіз цих особливостей є необхідним при здійсненні політичного прогнозу та виробленні механізмів державного управління ситуаціями невизначеності. [Хохлов Н. В. Управление риском : учеб. пособ. для вузов. – М., 1999 – С. 45]. Отже, країни перехідного типу мають низку проблем у процесі становлення ефективної демократичної моделі державного управління. Прогнозування найбільш значущих чинників ризику може стати основою для вироблення методології прийняття державно-політичних рішень в умовах невизначеності, дає необхідне знання для розробки тактики антикризового управління в економічному секторі, та зрештою, стає основою для подолання наявних проблем і визначення стратегічних напрямків розвитку держави.

Ю. І. Катеруша, студ., КНУТШ, Київ
fishka_111@mail.ru

КІНО ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Пропаганда – це діяльність, спрямована на популяризацію і поширення ідей у суспільній свідомості. *Головна мета пропаганди* – довести ідеї та теоретичні знання до широких верств населення і перетворити їх на особисті переконання. Для цього пропаганда використовує будь-які засоби. Одним із таких засобів став кінематограф.

Кіно стало досить потужною та ефективною зброєю політичної пропаганди. Серед усіх ЗМІ кіно володіє найпотужнішим потенціалом емоційного впливу на аудиторію, пропонуючи більш глибокий рівень ідентифікації з особами та подіями на екрані, ніж у будь-якій іншій галузі масової культури. Кіно показало себе активним творцем несвідомих психологічних установок, міфів, стереотипів, якими люди керуються в повсякденному житті. Саме з кіно люди копіюють, засвоюють певні моделі та стратегії поведінки. Такий величезний вплив на людину не міг не привернути увагу держави та політиків.

Яскравим прикладом впливу кінематографу на суспільство можна вважати експансію західної масової культури і кінематографу в СРСР, які зокрема зіграли важливу роль в розпаді радянської системи. В суспільство були впроваджені західна картина світу і західні стандарти життя. Взагалі, слід сказати, що однією з причин поразки Радянського Союзу в холодній війні став програш саме на рівні масової культури. Радянська пропагандистська машина не змогла створити привабливий віртуальний світ, який був би видовищним, захоплюючим, цікавим для масової аудиторії і водночас "правильно" інтерпретував світову історію, пропагував радянські цінності і спосіб життя.

За часів СРСР кіно було одним із могутніх засобів впливу на суспільство. Більшовики проголосили монополію на всі стадії виробництва, прокату та демонстрації фільмів. Була створена розгалужена система органів управління кінематографом, а законодавчо закріплені положення забезпечували його підконтрольність. Виробництво лише ідеологічно правильних стрічок забезпечували численні репертуарні комісії. Велику роль у поширенні комуністичних ідей відіграли також фільми Сергія Ейзенштейна, особливо "Броненосец Потёмкін" і "Октябрь". Кінематограф давав населенню комуністичний ідеал людини, на який потрібно орієнтуватися та рівнятися. Фільми окресленого періоду мали на меті виховання почуття колективізму: в кінострічках завжди перемагав згуртований, дружний колектив, а людина, що стояла поза ним, вважалася ворогом. Тобто, показувалося, що особистість, індивідуальність – ніщо, потрібно триматися більшості.

На думку політолога З. Бжежинського, масова культура, в т. ч. кінематограф, (поряд із військовою та економічною могутністю) забезпечує США настільки потужний політичний вплив, що поки-що близькому йому не має жодна держава. Тут за взаємодію з кіноіндустрією відповідають помічники президента, з одного боку, і відповідні адміністративні установи ряду міністерств з іншого. Найбільш відомим органом, що займається роботою з кінематографом, є Відділ Пентагону у справах кіно і телебачення. Офіційно він існує з 1947 року.

Пентагон в свій час використовував голлівудські фільми для популяризації та піару всіх видів військ. Наприклад, в 1986 році був знятий фільм "Краший стрілець" (Top Gun) з Томом Крузом у головній ролі. Під час прокату в кінотеатрах США були відкриті призивні пункти, де кожен

бажаючий міг записатися в добровольці. Результат був приголомшливий – число добровольців зросло після прокату фільму на 500 % [Данилин П. В. Политическая пропаганда: новые технологии : цикл лекций]. Таким чином, пропагандистські зусилля Пентагону по роботі з Голівудом принесли йому очевидні плоди.

Серед загальновідомих технологій пропаганди, які ефективно використовуються в кіноіндустрії, найвідоміші такі:

1. "Роби, як усі". Нав'язуються певні моделі та стереотипи поведінки. Створення ілюзії, нібито всі живуть за такими правилами. Це, своєю чергою, штовхає людину теж приймати певну запропоновану лінію поведінки чи навіть стиль життя.

2. Напівправда. Особливо яскраво виражений у фільмах на історичну тематику, де певні факти замовчуються, приховуються чи викривляються з метою справити потрібне враження на глядача та створити у нього вигідну для когось картину бачення певної проблеми.

3. "Буденна розповідь" використовується, наприклад, для адаптації людини до інформації явно негативного змісту, що викликає заперечення. У багатьох фільмах показують сцени насилля, вбивства, знущання і т. д. Це робиться з метою викликати звикання в людей до таких подій. у результаті люди такі речі сприймають як щось буденне, тим самим ніяк не реагуючи на це. Наступає психологічний ефект звикання. Як наслідок, суспільство байдуже реагує на різні страйки, мітинги, перевороти, демонстрації.

4. Емоційний резонанс. Одне з основних правил пропаганди говорить: в першу чергу потрібно звертатися не до розуму, а до почуттів людини. Якщо пропагандистський вплив на людину відбувається на емоційному рівні, поза його свідомим контролем, жодні раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацюють. На допомогу тут приходять різні мелодрами, телесеріали, у який дія супроводжується високою емоційною напругою. Вони активно генерують в уяві глядача ілюзорну картину світу в дуже ідеалізованому вигляді. Відповідно до авторського задуму кіно може довільно створювати у глядача відчуття "справедливості" і моральної правоти того чи іншого персонажа, незалежно від його дійсної ролі в історії. Простий приклад: на раціональному рівні ми всі добре усвідомлюємо, ким був Адольф Гітлер і знаємо його вчинки. Однак використовуючи гру талановитих акторів і спеціальні драматичні прийоми, кінорежисер цілком може представити все так, що симпатії глядачів однозначно опиняться на стороні фюрера.

5. Переписування історії. Метод ефективний в тривалій перспективі, коли потрібно поступово сформувати потрібний світогляд. Він здатний зруйнувати в людині знання, отримане від реального історичного досвіду, замінити його штучно сконструйованим "режисером" знанням. Так будується ілюзорний світ, який сприймається як справжній.

Отже, висновок можна зробити один. Україні потрібен свій кінематограф. Річ в тому, що наше трансформаційне суспільство потребує пев-

ної ідеології, сформованих зразків поведінки, своєї картини світу. Цього для нас Голівуд не зробить. Його фахівці працюють на своє суспільство, у них свої особливості. Україні потрібні такі фільми, які б виховували громадян, формували світогляд, життєві принципи відповідно до національного характеру та мети, яку ставить держава. Кіно також може відіграти дуже вагомую роль у формуванні національної ідеї та консолідації українського суспільства навколо цієї ідеї.

О. С. Качан, асп., НУ "Львівська політехніка", Львів

ДЕМОГРАФІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ЯК ФАКТОР ВИНИКНЕННЯ ВНУТРІШНЬОПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ

Вивчення конфліктогенних наслідків демографічних перетворень – актуальний напрямок політологічних та безпекових досліджень. Загострення наукового інтересу до цієї проблеми відноситься до періоду закінчення Холодної війни, що ознаменував привнесення численних немілітарних акцентів у поняття "безпека" на противагу її вузькому мілітарному трактуванню, яке домінувало впродовж протистояння між комуністичним та капіталістичним блоками.

Існує ціла низка зв'язкових механізмів, за допомогою яких демографічні перетворення можуть призводити до виникнення внутрішньодержавних конфліктних ситуацій або посилювати конфліктогенну дію інших, недемографічних, факторів. В узагальненому вигляді конфліктогенний ефект демографічних трансформацій проявляється завдяки тому, що вони:

- посилюють тиск на обмежені ресурси – соціальні інституції (ринок праці, освітню систему), природні ресурси (насамперед, землю та воду) тощо, що може викликати суспільне невдоволення і стати одним із чинників виникнення насильницького протистояння (фактори ризику: зростання населення, невпорядкована урбанізація, міграції, гендерний дисбаланс);
- впливають на зміну етно-релігійного балансу у країнах чи окремих регіонах, що може мати наслідком появу чи загострення боротьби за владу, крайнім ексцесом якої є інтенсивний збройний конфлікт (фактори ризику: диференційні рівні народжуваності в різних етно-релігійних групах, міграції населення, в результаті яких змінюється етно-релігійна композиція);
- впливають на загострення антагонізму у суспільстві, боротьбу цінностей та інтересів (в результаті міграцій – між приїжджим і місцевим населенням або між прихильниками та противниками міграцій, в результаті старіння населення – між молоддю і літніми людьми);
- критично послаблюють режими, роблячи вразливими держави до діяльності терористів, злочинних банд та інших елементів (фактори послаблення режимів: зростання населення і неможливість забезпечити його ресурсами, фінансове обтяження держав через старіння населен-

ня чи невпорядковану урбанізацію, яка вимагає ресурси на боротьбу з гуманітарними труднощами).

Проте навіть виражений конфліктогенний ефект демографічних перетворень не означає, що конфлікт неодмінно виникне: радше, створюється потенційна можливість для цього. У випадку внутрішньодержавної дестабілізації, для того, щоб конфліктний потенціал, закладений у дії демографічних факторів, міг вилитись у реальне повномасштабне протистояння, необхідне задоволення принаймні таких важливих і необхідних умов:

1. Наявність еліт, здатних мобілізувати суспільні групи, поєднати їх зв'язками, і, таким чином, озвучити наявне у суспільстві невдоволення, до виникнення якого спричинились демографічні процеси [Demography and national security / Teitelbaum M. S., Goldstone J. A., Krebs R. R. et al. ; ed. by M. Weiner and S. S. Russell. – N. Y. : Berghahn Books, 2001. – P. 44].

Дж. Голдстоун, аналізуючи конфліктні наслідки зростання населення, вказує, що зростання населення може спричинити серйозні конфлікти лише у випадку, коли в боротьбу за обмежені ресурси вступають елітні фракції: 1) коли еліти намагаються відібрати ресурси у народних прошарків або 2) коли елітні фракції змагаються між собою за контроль над ресурсами [Goldstone J. Population and security: How demographic change can lead to violent conflict // Journal of International Affairs. – 2002. – Vol. 56, № 1. – P. 4]. Самі ж по собі бідність, нерівність, соціальні утиски без еліт як мобілізаційного фактору до конфліктів не призводять [Ibid. – P. 8].

Окремо стоїть питання наявності достатніх фінансових ресурсів для ефективної мобілізації суспільних груп, а також питання характеристик даних груп: згуртованості, здатності організовуватись тощо. Іноді роз'єднаність певної групи (що склалась історично або була цілеспрямовано спроектованою) – навіть не зважаючи на сильне невдоволення її членів та організаторські старання лідерів – зумовлює її повну нездатність до серйозного політичного протесту, не кажучи про насильницькі акції.

2. Повинна існувати певна вразливість держави (у вигляді внутрішніх поділів, крутих змін в економічній чи політичній сферах, кризи державного управління (наприклад, у зв'язку із передачею влади), фінансових проблем, міжнародного тиску тощо) [Goldstone J. The New Population Bomb. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.pbk.org/home/FocusNews.aspx?id=683>]. Тому, як стверджує Дж. Голдстоун, якщо держави фінансово міцні, позбавлені вагомих міжнародних загроз і підтримуються їхніми елітами, вони є надзвичайно стійкими до суспільного невдоволення. Цю думку поділяє також Дж. Ск'юбба, за якою сильні держави – із міцною державною владою та консолідованими елітами – можуть не зазнати громадянського конфлікту навіть у ситуації, коли демографічні (наприклад, демографічний тиск) і недемографічні (наприклад, нестача ресурсів) чинники у повній мірі сприяють цьому [Sciubba J. The future faces of war: population and national security. – Santa Barbara : Praeger, 2010. – P. 8].

Якщо йдеться про збройне громадянське внутрішньодержавне протистояння, то здебільшого необхідною є ще одна умова:

3. Політична структура держави повинна зазнати невдачі у наданні можливості мобілізованим суспільним групам мирно виразити їхнє незадоволення, після чого єдино залишається насильницький спосіб боротьби за свої інтереси [Urdal H. People vs. Malthus: population pressure, environmental degradation, and armed conflict revisited // Journal of Peace Research. – 2005. – Vol. 42, № 4. – P. 420].

Отже, демографічні перетворення здатні ставити держави перед лицем серйозних конфліктних ризиків. Проте, щоб дані ризики могли обернутись у реальне протистояння, необхідним є задоволення низки умов: наявність еліт як мобілізуючої сили, здатної озвучити суспільне невдоволення; наявність певної вразливості режиму, створеної, наприклад, економічною кризою чи кризою державного управління; а також – для випадку насильницького протистояння – відсутність можливості у протестних груп для мирного відстоювання своїх інтересів.

В. Л. Кирик, канд. політ. наук, КНУТШ, Київ

КРОКИ ДО СТВОРЕННЯ МОДЕЛІ СТАЛОГО ЕКОРОЗВИТКУ

У контексті пошуку екологічної парадигми співжиття людини і природи загальновідомими є наукові праці В. Вернадського, Е. Гертнера, Е. Гірусова, А. Гора, Ж. Дорста, Р. Дюбо, Б. Коммонера, М. Абіха, Г. та Е. Одумів, К. Паавера, Р. Парка, П. Тейяр де Шардена, А. Урсула, Б. Уорда, В. Хьюсле, Г. Хефлінга та ін. У виробленні важливих концептуальних підходів до обґрунтування сталого екорозвитку велику роль відіграв "Римський клуб", який у 70-х роках XX ст. гостро поставив проблеми глобальної екологічної кризи і подальшого розвитку людства. В перших доповідях клубу провідна роль відводилась науково-технічним аспектам екологічних проблем, що досить виразно відображено в праці групи М. Медоуза "Межі зростання", та в наступних доповідях – "Людство на поворотному рубежі" М. Месаровича і Е. Пестеля, "Перегляд міжнародного порядку" Я. Тінбергена. Поглиблений розвиток екологічної проблематики мав місце в моделі "Глобальні обмеження і новий погляд на розвиток", розробленій групою японських вчених під керівництвом І. Кайя; латиноамериканській моделі дослідження шляхів вирішення глобальних проблем країнами, що розвиваються, створеній під керівництвом А. Еррери; моделі "Цілі глобального розвитку" (керівник Е. Ласло), в якій відображено необхідність перебудови системи цілей і орієнтирів соціального прогресу; розробці Д. Габора з ін. "За межами епохи марнотратства", А. Пестеля "За межами зростання", А. Печчеї "Людські властивості"; доповіді І. Боткіна та ін. "Нема меж навчанню", праці А. Гора "Земля у рівновазі. Екологія і людський дух" та ін. – суттєве місце приділяється соціальним і культурним передумовам пом'якшення екологічної ситуації.

Це стимулювали розвиток як неформального "зеленого руху", так і створення відповідних державних (міністерств, агенств по охороні природи) і міжнародних (ЮНЕСКО, ЮНЕП) органів і організацій, на які покладено регулювання діяльності в галузі природокористування, що й увінчалось прийняттям у 1972 р. на Першій всесвітній конференції по навколишньому середовищу міжнародних природоохоронних принципів (Стокгольмська декларація) і створенням спеціального органу – Програми ООН по навколишньому середовищу (ЮНЕП). У 1983 р. ООН створила Всесвітню Комісію по навколишньому середовищу і розвитку, якою було розроблено затверджену Генеральною Асамблеєю ООН у 1987 р. "Всесвітню стратегію охорони природи". У звіті цієї Комісії "Наше спільне майбутнє" вперше в міжнародних документах було використано термін "Sustainable development", який в українському перекладі інтерпретується як "сталий розвиток".

Комісія Брундтланд визначила сутність поняття "сталого розвитку" двома ключовими моментами: принципом справедливості для майбутніх поколінь (збереження для них природних ресурсів) і комплексним прийняттям рішень (врахування екологічних обмежень при прийнятті економічних рішень). Комісія зазначила, що загальною ідеєю стратегії сталого розвитку є необхідність інтегрування екологічних та економічних підходів у реальних діях, що передбачає як інституційні угоди на всіх рівнях, так і зміну стратегічних державних пріоритетів. Програму сталого розвитку Комісії Брундтланд було підтримано в цілому ряді наукових досліджень і звітів міжнародних організацій, а також на Конференції по навколишньому середовищу та розвитку в Ріо-де-Жанейро (1992 р.) та Йоганнесбургу (2002 р.).

Інтерпретація поняття "сталого розвитку" вимагає більш конкретного визначення. У цьому контексті робляться спроби осмислення "сталого розвитку" через такі напрямки: технократичний ("техніка створює проблеми, вона ж їх і вирішує"); природоохоронний ("Земля це сад, сад потрібно плекати й охороняти"); екосистемний ("все в одному – одне в усьому"); управлінський ("обмеження меж зростання"); культурологічний ("подолати екологічне невігластво") і т. п. Йдеться про те, що поняття "сталий розвиток" постійно уточнюється.

Пріоритети політики екологічно збалансованого розвитку визначаються: за метою (пріоритет суспільства, держави, особи); за рівнями (глобальні, регіональні, національно-державні); за просторово-часовими критеріями (довготривалі і ситуаційні). Кожен із зазначених підходів має свою систему пріоритетів. Сьогодні існує нагальна необхідність усвідомлення і затвердження через наукові заходи пріоритету природи, біосфери, життя перед будь-якими іншими цінностями і пріоритетами як домінування цілого над його частинами.

Ключовими моментами для визначення пріоритетів політики збалансованого екорозвитку є проблема аналізу критичної межі рівня споживання ресурсів біосфери і темпів зростання населення. Ці головні ком-

поненти для визначення параметрів безпечного функціонування глобальної екосистеми є водночас і важливими чинниками протиріччя, яке зараз називають "часовою бомбою" сучасної міжнародної системи. Мається на увазі зростання напруження між розвинutoю Північчю та відсталим Півднем. У системі суперечностей "Захід-Схід" загроза гарантованого взаємного ядерного знищення була, хоч і деструктивним, але базовим фундаментальним фактором глобальної системи міжнародної безпеки. Так само і сьогодні загроза екологічного омніциду повинна впливати на всі блоки міжнародних суперечностей у напрямку їх компромісного розв'язання. Екологи мусять ще і ще раз наполегливо нагадувати, що наслідки екологічних катастроф можуть бути не менш жахливими, ніж наслідки ядерної війни.

Людству потрібна всеохоплююча спільна екологічна програма, стратегічна за масштабами і практично придатна для виконання. Але, попри всі зусилля світової спільноти такої моделі немає. Найбільш адекватною моделлю життєздатного суспільства є така, що передбачає необхідність узгодження соціально-економічного поступу із законами природи й перехід до збалансованого природокористування, підтримку його стабільності, ландшафтного та біологічного розмаїття, а також встановлення соціальних механізмів, які, власне, і здатні забезпечити таку узгодженість.

Суттєвим кроком по створенню моделі сталого екорозвитку спеціалісти вважають підготовку своєрідного "плану Маршала" екологічного спрямування. Він повинен поєднувати у собі такі елементи: розмах і довготривалість, ретельно вивірену фінансову допомогу країнам, що розвиваються, масовану розробку, а потім і передачу бідним країнам нових технологій, необхідних для усталеного економічного розвитку, всесвітню програму стабілізації чисельності населення країн світу і неодмінне зобов'язання індустріально розвинутих країн прискорити власний перехід до екологічного відповідального виробництва.

С. М. Куслова, студ., КНУТШ, Київ
s_kuslova@mail.ru

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ЗДІЙСНЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ РЕВОЛЮЦІЙ

Загальноновизнано, що в демократичних державах головним механізмом зміни і легітимації державної влади є проведення чесних і прозорих виборів. Крім цього, її оновлення може відбутися ще й за допомогою здійснення політичної революції. На нашу думку, поняття політичної революції в класичному варіанті його розуміння потребує теоретичного доповнення. Це пов'язано з тим, що поява ЗМК, реклами, PR суттєво трансформувала політичну сферу суспільного життя і, відповідно, дала нові засоби для здійснення революційних процесів.

Не можна заперечувати, що політичні революції мають об'єктивні та суб'єктивні підстави для свого виникнення. Однак не слід забувати, що в

їх авангарді завжди стоїть ініціативна меншість, яка прагне завоювати й утримувати державну владу. Для досягнення цієї мети вона використовує приховані механізми впливу на суспільну свідомість, що отримали назву політичних маніпуляцій. Для використання політичних маніпуляцій необхідне виникнення маси, яка позбавлена здатності критичного осмислення ситуації й характеризується чуттєво-емоційним освоєнням дійсності. Маніпулятивні технології під час революційного процесу спрямовані на обробку масової свідомості іміджами, міфами, рекламою, PR. Революції здійснюються у формі спектаклю, який характеризується видовищністю та елементами шоу. Це дозволяє постійно утримувати увагу маси, позбавляючи її критичного мислення. Деякі дослідники порівнюють політичні революції з карнавалом, на якому кожен учасник має свою маску. Лідери революції, виражаючи свою любов до народу, оперують утопічними лозунгами, що впливають на емоційну сферу. Маса прикривається маскою народу, який розуміється в якості самостійного творця власної історії.

Маніпуляції можна відносити до ненасильницьких технологій захоплення державної влади. Вони переформатовують свідомість раціонально мислячого індивіда в представника маси. Маса виступає в революційному процесі як пасивний об'єкт, який приймає привабливі для нього повідомлення. Маніпулятивні технології також виявляються в голосливих закликах лідерів революції, які покликані спонукати масу до певної дії або утримати. "Промови вождів, які часто самі виступають в карнавальних ролях, нагадують магічні заклинання. Притаманні їм пафос і демагогія, елементи гри й імітації, виступають як засіб впливу на глядачів-учасників" [Михайлюк А. Карнавал и революция // Докса. – 2005. – № 7. – С. 211–220]. Оскільки політичні революції відбуваються на головних площах країни, то часто практикується вплив на свідомість людей за допомогою зміни частот звуку та освітлення. Слід відмітити, що використання маніпулятивних технологій найбільш характерне для ненасильницьких революцій, які ввійшли в історію під назвою "кольорових" або "оксамитових". Насильницькі революції є неефективними, оскільки мають катастрофічні наслідки для життя держави. Сьогодні вони вважаються злочинними, такими, що потребують людських жертв, бо терор є їх головним інструментом. Зазвичай, ці революції не знаходять підтримки як серед населення держави, так і міжнародної громадськості. Їх можна вважати класичними революціями, що відбувались на етапі первинного накопичення капіталу. Вони мали не політичний, а економічний характер, бо призводили до перерозподілу засобів виробництва. Державна влада в цьому випадку була лише механізмом здійснення такої процедури.

Маніпулятивні технології є засобом здійснення політичних революцій в епоху масового суспільства і сучасних ЗМІ. Впливаючи на свідомість, вони дозволяють утримувати масу від деструктивних і руйнівних дій. Проте є можливим варіант виходу маси з-під контролю, що призводить до появи людських жертв та катастрофічних наслідків для життя держа-

ви. Тому в даному аспекті слід певною мірою говорити про контрольну функцію маніпулятивних технологій під час здійснення політичних революцій. За допомогою маніпуляцій можна захопити державну владу тим особам, які не отримали перемоги на виборах і вважають їх сфальсифікованими. Можна також відзначити, що політичні революції з використанням маніпуляцій слугують механізмом опротестування виборів. Це часто призводить до втрати сенсу виборчих процедур. В цьому випадку відбувається маніпулювання поняттям політичної революції для того, щоб продемонструвати необхідність демократичного характеру зміни влади. Маніпулятивні технології покликані реалізувати інтереси еліти й лідера, які очолюють революційний процес. Тоді як маси мають лише нагоду перебувати в стані постійного збудження й ейфорії, який часто переростає в невротичні розлади. Тому, на нашу думку, маніпулятивні технології не позбавлені насильницького елементу. Він в даному разі позначений дією не на тіло, а на психіку людини.

Слід сказати, що маніпуляції, які використовуються під час здійснення політичних революцій дозволяють доволі легко захопити державну владу. Це пов'язано з тим, що державна влада може функціонувати лише в режимі примусу та шляхом реалізації права на легітимне насильство. Революційна маса, що приводиться в рух маніпуляціями спрямовується в ненасильницькому напрямку. Держава не може застосувати в даному разі фізичне насильство, щоб не отримати осуду як від народу, так і від світової спільноти, яка дуже чутлива до порушення демократичних прав і свобод, до придушення розвитку громадянського суспільства. Тому державна влада не приймає ніяких заходів, оскільки спроможна діяти лише в полі здійснення легітимного примусу. В той же час не слід забувати, що всі ненасильницькі революції мають своєю кульмінацією вибори. Перемогу, як правило, отримує лідер чи еліта, що створили політичну революцію. Тому можна стверджувати, що революційний процес є плацдармом для втілення в життя маніпулятивних технологій. Політична революція характеризується зомбуванням народу і масовизацією його свідомості. Це дозволяє безперешкодно здобути державну владу через вибори після закінчення революційного процесу.

Отже, маніпулятивні технології здебільшого використовуються під час здійснення ненасильницьких революцій, які в науковій літературі отримали назву "кольорових" або "оксамитових". Вони дозволяють змінити владу, застосовуючи не фізичне насильство, а психологічний вплив. Саме їх анонімність створює ілюзію демократичного характеру революції та оновлення влади. Маніпуляції в політичних революціях можуть привести до влади політика, який програв на виборах. Крім того, що організатори революції досягають своєї головної мети – політичної влади, вони здійснюють суттєвий вплив на переоцінку цінностей в народі певної держави. Можна говорити, що маніпулятивні технології є вагомим ресурсом політиків для захоплення влади, який ефективно працює в епоху масового суспільства та сучасних інформаційних технологій.

ПАРТІЙНА СИСТЕМА ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОСТІ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

У сучасному демократичному суспільстві винятково важливу роль при формуванні владних структур відіграють політичні партії. Тип та характер партійної системи великою мірою задають тон функціонування політичного ринку, визначають рівень конкуренції на ньому, впливають на вибір засобів і методів партійної діяльності. У період виборів діяльність політичних партій характеризується активним використанням виборчих технологій, тобто сукупності засобів і алгоритмів цілеспрямованого політико-психологічного впливу на електоральні настрої та поведінку, а також на результати голосування, задля досягнення цілей у виборчій кампанії [Колесников О. В. Критерії та фактори ефективності виборчих технологій (на прикладі України) : дис. ... канд. політ. наук. – Чернівці, 2010. – С. 30]. Відповідно, для того, щоб ці технології були ефективними, необхідно враховувати фактор партійної системи у процесі їх розробки та застосування.

Станом на 1 січня 2012 р. в Україні було зареєстровано 185 політичних партій, однак реальними гравцями на політичному ринку є лише незначна їх частка. Наочним підтвердженням цьому слугують показники ефективної кількості електоральних і парламентських партій, які за результатами виборів 2006 р. становлять 6,7 і 3,4, а 2007 р. – 4,2 і 3,3 відповідно. При цьому політичні партії в Україні традиційно користуються низьким рівнем довіри, а їх членами в різні часи були від 2 % до 5 % громадян [Політичні партії і партійна система України очима громадян // Національна безпека і оборона. – 2010. – № 5. – С. 58–84].

За висновками вітчизняних науковців політичні партії в Україні характеризуються розмитістю ідеологічних засад, структурною слабкістю, перевагою вузькокорпоративних інтересів, недостатнім розвитком партійної демократії, залежністю від бізнесових структур, регіоналізмом та низьким рівнем політичної відповідальності. На тлі таких ознак, сама партійна система, як справедливо зазначає О. Вишняк, все ще знаходиться на етапі свого становлення, характеризується поляризованим плюралізмом і фрагментованістю [Вишняк О. Партії в політичній системі України: соціологічний вимір. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.saske.sk/cas/2–2004/vishnjak.html>]. Крім того, нестабільність партійної системи, постійні розколи і трансформації, не дозволяють виборцям закріпитися за певною політичною силою надовго, а нечітка соціальна структуризація призводить до відсутності партій, які б виражали інтереси конкретних соціальних груп.

Існуюча конфігурація партійної системи суттєво впливає на специфіку ведення виборчих кампаній та ефективність застосування виборчих технологій в Україні. По-перше, через відсутність чітких партійних іден-

тифікацій значна частка українських виборців представляють т. зв. "рухливий електорат", для якого саме виборчі кампанії є ключовим чинником електорального вибору. По-друге, через відсутність на політичному ринку постачальників політичного "товару" з багаторічною репутацією та надмірних можливостей вибору, сам процес вибору стає проблематичним. Як наслідок громадяни часто схиляються до обрання більш розрекламованого "товару". По-третє, існуюча конфігурація партійної системи сприяє поширенню голосування за принципом "найменшого лиха", чим пояснюється значна ефективність негативних підходів до ведення виборчих кампаній, коли кампанія будується не стільки на вихвалянні власних позитивних сторін, скільки на дискредитації конкурентів.

Специфічними рисами відрізняється і вітчизняний партійно-політичний спектр, оскільки поділ партій на "ліві-праві" відбувається не за соціально-економічними критеріями, як у більшості європейських країн, а на основі національно-демократичних і зовнішньополітичних орієнтацій. Українські "праві" традиційно орієнтовані на євроатлантичну інтеграцію та національні традиції й цінності, у той час як "ліві" – на "євразійський" зовнішньополітичний вектор та інтернаціоналізм, що може набувати, навіть, антидержавницьких форм. Саме цим аспектом можна частково пояснити провали ліберальних політичних проєктів, які не використовували націоналістичних гасел, – КОП і партії "Яблуко" у 2002 р. та партії "Віче" – у 2006 р. До того ж науковці фіксують тенденцію до ще більшого розмивання ідеологічної ідентичності українських громадян. Якщо у 90-х рр. поділ суспільства на "правих" і "лівих" чітко фіксувався і мав виразну парламентську репрезентацію, то нині він поступився місцем невиразному щодо критеріїв розрізнення поділу на "помаранчевих" і "біло-блакитних" [Сучасна українська політика. Аналітичні доповіді Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2009. – С. 165]. Більше того, на наступних парламентських виборах 2012 р. шанс потрапити до парламенту мають декілька нових політичних сил, що не можуть бути однозначно віднесені до будь-якого із цих таборів.

Внаслідок такої специфіки політичного спектру позиціонування у ньому набуває багатовимірного характеру, і окрім власне ідеологічного позиціонування, політичні партії змушені себе чітко ідентифікувати у площинах "націоналісти – інтернаціоналісти", "орієнтовані на Захід – орієнтовані на Росію", а також у системі координат "влада – опозиція". При цьому важливість тих чи інших осей поляризації варіюється від виборів до виборів. Тому суб'єкти виборчих кампаній стикаються з необхідністю вироблення багатоскладової позиції з різних політичних питань, яка б відповідала „попиту” на політичному ринку. У свою чергу, неврахування якоїсь із важливих на момент виборів систем координат може призводити до неефективності їх позиціонування в цілому, а відтак – і всіх виборчих технологій, що ними використовуються.

Отже, характер партійної системи є важливим фактором, що зумовлює національну специфіку ефективного використання виборчих технологій в Україні. Тому сліпе копіювання напрацьованих в інших країнах виборчих стратегій і прийомів без врахування цієї специфіки у підсумку може призводити до неефективного ведення виборчих кампаній.

Д. О. Крикунов, студ., КНУТШ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Політичне лідерство, та його особливості в сучасних умовах є однією з центральних проблем політології, безпосередньо пов'язаних із характером і якістю політичної влади, конкретним способом її структурування та легітимації.

Особлива потреба і зацікавленість у політичних лідерах і лідерстві виникає в перехідні періоди, на етапах трансформації від однієї політичної системи до іншої, від авторитарних політичних режимів до демократичних, в умовах послаблення механізмів державно-політичного регулювання, переструктурування та модернізації суспільства, вироблення нових цінностей, в умовах незрілої політичної культури та свідомості. У цих умовах політичне лідерство часто стає тим інтегративним чинником, який сприяє збереженню цілісності суспільства, зорієнтовує його у напрямках розвитку, активізує процес державотворення. Для українського суспільства в умовах активізації політичної свідомості суспільства, підвищення інтересу до політичного життя, формування потужних політичних сил, особливий інтерес становить питання ефективності діяльності політичних лідерів, їх професіоналізму, здатності з користю для суспільства виконувати покладені на них обов'язки.

Головною метою дослідження є розкриття сутності політичного лідерства. Реалізація поставленої мети обумовлює необхідність вирішення наступних науково-дослідних завдань:

- розкрити сутність і основний зміст політичного лідерства;
- систематизувати теоретико-методологічні підходи щодо вивчення політичного лідерства, його концепцій та принципів формування;
- виявити стан і пріоритетні фактори механізмів формування політичного лідерства в суспільстві.

Об'єктом дослідження є політичне лідерство як складова політичного процесу в сучасних умовах. Предметом дослідження є основні аспекти діяльності політичного лідерства.

Політичне лідерство може бути визначене як авторитетна особа, яка здійснює переважний вплив на інших людей з метою інтеграції їхньої діяльності для досягнення спільних політичних та інших цілей.

Лідерство має свої якості, які можна звести до таких чотирьох груп:

1. Розвинений розум, кмітливість, досвід, які мають бути вище від середнього рівня тієї спільності людей, до якої належить лідер.

2. Здатність не тільки швидше за інших оцінювати ті чи інші проблемні ситуації, а пропонувати оптимальний шлях і засоби їх вирішення.

3. Здатність переконувати оточуючих у правильності пропонованого, воля та організаторські здібності.

4. Моральні якості: здатність слухати і зрозуміти ближнього, співпереживати з ним, піти на безкорисливу допомогу, бути людиною, вірним товаришем.

Потрібно зазначити, що окрема людина може й не мати всієї сукупності зазначених якостей. Найчастіше буває та чи інша їх комбінація, що й зумовлює багатоманітність типів лідерства.

Внутрішній потенціал політичного лідерства відображається в його типології. Однак як не існує у політології однозначного тлумачення проблеми політичного лідерства, так і немає єдиної його класифікації.

Однією з найпоширеніших типологій лідерства є запропонована Максом Вебером, в основу якої покладено типи суспільного правління:

Традиційне лідерство (перший тип) засноване на звичаї, традиції (вожді племен, монархи) і передбачає віру підлеглих у те, що влада законна, оскільки існувала завжди. Влада правителя здійснюється за традиційними нормами, які є основними в управлінні суспільством, державою. Правитель же, котрий ігнорує традиції, може легко позбутися своєї влади.

Рационально-легальне лідерство. До нього належать лідери, яких обрано демократичним шляхом і які у випадку зловживання владою несуть відповідальність перед своїми виборцями. Учений називає цей тип ще бюрократичним, але не в негативному, а в позитивному розумінні цього питання, заснованому на вірі в законність і розумність існуючого порядку, де лідер-чиновник виступає як носій певної раціонально-державницької позитивної функції.

Харизматичне лідерство – засноване на вірі мас в особливий "дар благодаті", видатні якості й здібності до правління окремих лідерів. Такий правитель в очах його прихильників чи підданих наділений надлюдською магічною силою, підноситься над повсякденністю, відрізняється від простих смертних. Зокрема, на думку Вебера, харизматичне лідерство виникає в критичні періоди розвитку суспільства.

Якщо в основі першого типу лежить звичка, другого – розум, то третій спирається на віру й емоції, що саме по собі здатне створювати ситуацію сліпого поклоніння мас, продукувати умови, коли індивідуальні якості лідера відіграють другорядну роль у формуванні його харизми.

Як свідчить історія XX ст., практично всі тоталітарні режими спиралися саме на харизматичний тип політичного лідера (Ленін, Сталін, Гітлер ін.). Зокрема ХХІ ст. також не відчуває надлишку харизматичних лідерів, які здатні творити політику, та брати на себе відповідальність за прийняті рішення. Як свідчать останні тенденції світової політики то дедалі частіше політика не є безособовою, а навпаки зосереджується на особах політиків та їх характерних особливостей й навіть звичок та відповідальності.

ВПЛИВ ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ НА ПРЕФЕРЕНЦІЮ ВИБОРЦЯ

Розвиток демократичного суспільства зумовлює низку інновацій, які розширюють дійсність демократичних процесів. Однією з таких інновацій можна виокремити зростання політичної реклами в демократичному суспільстві.

Зміст рекламної політичної комунікації став актуальним об'єктом наукового аналізу у 80-х роках ХХ ст. Політична реклама, інтегруючи дії різноманітних чинників, відіграє істотний вплив на електоральний вибір, виступаючи своєрідним вектором, яким враховуються можливі поведінкові реакції електорату та задається напрямок дії. Смислове та емоційне навантаження політичної реклами доцільно розглядати у межах теорій формування електорального вибору. Згідно із Д. Маклеландом Д. та Дж. Аткинсоном, внутрішньо-особистісне обґрунтування вибору здійснюється в залежності від домінанти мотивів поведінки особистості. Зокрема, дослідники виокремлюють мотиви влади, раціоналізації та афіляції Електоральний вибір формується у залежності від особистих переконань, які впливають на рівень політичної активності особи та оцінки особою суспільно-політичної діяльності кандидата, особистих та професійних якостей, яка впливає на виникнення довіри до кандидата та бажання його підтримати. Електоральний вибір може бути зумовлений не тільки раціональними мотивами, але й залежить від прихованої дії різних випадкових чинників – сприйняття джерел інформації (зокрема, за видами ЗМІ), довіри до кожного із них, звукової та візуальної достовірності рекламних заходів. Телебачення дає змогу маніпулювати не лише вербально, але й віртуально, воно залучає увагу та візуальне, чуттєве сприйняття. Одним із основних завдань маніпулювання у пресі є найбільш повна ізоляція об'єкту впливу від зовнішніх джерел інформації, незалежних від маніпулятора.

Політична реклама здатна опосередковано впливати на середовище вибору як суспільну оцінку реальності та майбутнього, а також на цінності та очікування, які відіграють визначальну роль у формуванні електорального вибору. Вплив політичної реклами будується на використанні засобів, які дозволяють вплинути на оцінку електоратом відповідності особистих та професійних якостей кандидата до власних цілей та очікувань. Дієвість політичної реклами зумовлюється тим, що більшість виборців схильні формувати особисті переконання, уникаючи детального вивчення діяльності політичної сили з тим, щоб визначити де її політика була ефективною, а де ні.

Серед об'єктів політичної реклами можна виокремити: сприйняття та оцінку електоратом політичного та соціально-економічного середовища, сприйняття того чи іншого кандидата як людини, спроможної задовольняти їх потреби; сприйняття та визначення пріоритетних цілей подаль-

шого соціально-економічного, політичного, культурного та стратегічного розвитку; оцінку електоратом конкуруючих кандидатів. Відповідно до мети передвиборчої агітації вона поділяється на іміджеву, проблемну та негативну політичну рекламу. Іміджева політична реклама використовує засоби, які дозволяють вплинути на оцінку електоратом відповідності особистих та професійних якостей кандидата до власних цілей та очікувань [Термівський В. Роль політичної реклами в електоральному маркетингу // Наукові праці. Серія "Політологія". – 2010. – Т. 3. – № 118. – С. 131–135].

Отже, політична реклама є одним із інструментів передвиборчої стратегії за допомогою якого встановлюється зв'язок із електоратом та здійснюються спроби вплинути на його рішення шляхом проектування середовища вибору, а також потреб та очікувань електорату на здатність суб'єкта політичної реклами відповідати цим потребам та очікуванням.

І. В. Кудрявський, здобувач, КНУТШ, Київ
ivm6@meta.ua

УКРАЇНА І СОТ: НАЯВНІ ПОЛІТИЧНІ НАСЛІДКИ ТА НОВІ ПЕРСПЕКТИВИ

Одним із глобальних багатосторонніх механізмів лібералізації торгівлі та інтеграції, прикладом згаданих вище правил, є Світова організація торгівлі (СОТ), покликана регулювати торгово-політичні відносини своїх учасників на підставі Угод Уругвайського раунду багатосторонніх торгових переговорів (відбувався в 1986–1994 рр.). Але держава, яка приймає рішення про приєднання до СОТ, має виконати першочергове завдання – перш за все, правильно оцінити свої шанси в конкурентній боротьбі на глобальному ринку. Україна не виняток. У 2008 році було ратифіковано угоду про вступ України до Світової організації торгівлі, як 152-ї учасниці [Офіційний сайт Світової організації торгівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org>].

Минуло майже чотири роки. Які політичні вигоди за цей час Україна отримала? Яких ризиків зазнала? Серед вчених, експертів, державних діячів, політиків думки з цього приводу досить неоднозначні. Нерідко, навіть суперечливі. Спробувати розібратися в цьому питанні можна за допомогою інструментарію методології політичного аналізу, дослідивши вплив на ситуації щодо України у контексті співробітництва з учасниками СОТ. Перш за все, нам цікаві саме політичні аспекти вже дійсних і ще можливих вигод та загроз для України від такої співпраці. Зупинимось на основних цілях, які були обрані при приєднанні України до СОТ. Розглянувши варіанти різних експертних думок, автори яких нами вказані частково вище, ми отримали наступну картину (дерево цілей).

По-перше, отримати кращі, ніж існували, недискримінаційні умови доступу України до ринків інших країн. По-друге, створити більш сприятливий клімат для іноземних інвестицій, привівши у відповідність з нор-

мами СОТ законодавство України. По-третє, створити умови для підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції у результаті збільшення потоку іноземних товарів, послуг та інвестицій в Україну. По-четверте, захищати національні інтереси, беручи участь у виробленні правил міжнародної торгівлі. По-п'яте, працювати над поліпшенням іміджу України, як повноправного учасника міжнародної торгівлі.

Отже, навіть з попереднього аналізу зрозуміло, що СОТ розглядається не лише як економічний інструмент, а й як політичний, не стільки виключно економічне співтовариство, скільки політичне об'єднання. І такими політичними вигодами та можливостями для України є створення більш сприятливих умов доступу на світові ринки товарів і послуг на основі передбачуваності і стабільності розвитку торговельних відносин з країнами-членами СОТ [Чигир С. СОТ шкодить Україні? // Економічна правда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2010/01/19/224310/>]. Але, зіставляючи факти, аналізуючи ситуацію, яка складається впродовж цих майже чотирьох років, з цілями, які обиралися при вступі, можемо зробити висновок, що абсолютність переважання вигод над витратами є досить сумнівною. Була упущена й частина можливостей майбутніх періодів. Виникає запитання, чи не означає це, що, швидше за все, вони можуть трансформуватися у загрози? Приклад – наслідки умов співпраці з країнами стратегічними партнерами, країнами сусідами, від яких залежить Україна в плані енергоносіїв, значної частки інвестицій, доступу до зовнішніх ринків товарів, робіт, послуг. Що, в свою чергу, не остання ланка в ланцюжку забезпечення політичної стабільності всередині країни. Крайні умови – це, майже завжди, результати переговорів. Крайні результати переговорів – це завжди мистецтво можливого. Мистецтво можливого – це і є ефективна політика. На наш погляд, дуже вдало, у цьому зв'язку, буде застосувати визначення СОТ, як ринку, "на якому продаються і купуються заходи торговельної політики, лобістами інтересів тих чи інших груп економічних суб'єктів" [Аналітична записка "Зони вільної торгівлі чи Митний Союз?" СОТ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://brc.undp.org.ua/img/news/attachs/213/Policy_brief_Custom %20Union_VS_FTA.pdf](http://brc.undp.org.ua/img/news/attachs/213/Policy_brief_Custom%20Union_VS_FTA.pdf)].

СОТ виступає тим політичним механізмом перенесення процесів лобіювання та контролювання, характерних для національних та регіональних політичних ринків на рівень вище. При цьому, аналітики називають три хронологічні перспективи: короткострокову, коли у фокусі можливість добитися сприятливих умов приєднання, середньострокову – пов'язану із захистом інтересів суб'єктів національної економіки через політико-правові механізми СОТ, і довгострокову – в рамках якої ключове значення мають можливості впливати на подальший розвиток зазначених механізмів. Тобто, можливість реалізувати себе, як рівноправного політичного суб'єкта.

Таким чином, погляд на СОТ як на політичний механізм дозволяє вийти за межі вузьких дискусій про лібералізаційні наслідки приєднання Укра-

їни до цієї організації і переглянути традиційні уявлення про чисті вигоди такого кроку. Вже зараз можна говорити що через неконкурентоспроможність підприємств постраждали цілі галузі. І лише жорстка переговорна позиція і гра за політичним принципом "розділяй і володарюй" є основним правилом на довгострокову перспективу участі України в СОТ.

*Л. О. Лагута, студ., КНУТШ, Київ
gentlcherry@bigmir.net*

МИСТЕЦТВО І ПОЛІТИКА: СУЧАСНИЙ ВИМІР

Особливого значення в процесі сучасних суспільних трансформацій набуває проблема формування політичної свідомості людини. Її ціннісно-нормативні орієнтири значною мірою сьогодні формуються під впливом процесів створення, засвоєння і поширення продуктів мистецтва, оскільки воно має безпосередній вплив на почуття і емоції людини, що знаходять своє відображення в процесі формування та функціонування політичної свідомості людини і суттєво позначаються на процесі політичної соціалізації особистості.

Акцентуючи увагу на питаннях, пов'язаних із співвідношенням та детермінацією політичної свідомості та мистецтва необхідно відзначити, що специфіка сучасного політичного процесу вибудовується на необхідності естетизації політичних заходів, особливо радикального та екстремістського спрямування. У зв'язку із цим Б. Гройс зауважує, що "...зараз ми живемо в суспільстві, в якому будь-який політик генерує значно більше картин і зображень, ніж будь-який художник..." [Мистецтво. Дизайн. Політика. Лекція Бориса Гройса]. Така якість сучасного митця перетворює радикально-політичну акцію в новий предмет інтересу для мистецтва і сприяє тотальній естетизації політичного процесу з набуттям політичними діями мистецьких рис політичного самовираження.

Значної ролі набуває медіалізація політичного процесу, за якої будь-який політичний захід набуває суспільної значущості лише тоді, коли він проходить стадію утворення і трансляції відповідного сюжету. Це сприяє віртуалізації політичного процесу, оскільки сутнісний бік політики у вигляді конкретних політичних програм та вимог втрачають сенс, не пройшовши процес медійної обробки і впровадження до масової свідомості. Відповідно. завданням будь-якого політичного діяча стає необхідність вироблення не раціонально обґрунтованих політичних гасел та вимог, а пошук яскравих образів презентації обраної політичної сили, її програмно-ідеологічних принципів, здатних швидко і якісно вплинути на масову свідомість і відкластися у ній в якості готових стереотипів політичної поведінки індивіда. Відповідно засобами такого впливу постають не традиційні методи політичної боротьби, а залучаються різні форми і методи мистецької активності людини (шоу, музика, кіно тощо), здатних не прямо, а опосередковано, витончено вплинути на суспільну свідомість.

Взаємодія політики і мистецтва в сучасних умовах має дві взаємовиключні стратегії, що вибудовуються на раціональних та ірраціональних соціально-психологічних установках індивіда.

Стратегія раціонального впливу на політичну свідомість людини за допомогою мистецтва орієнтується на використання музичних, літературних заходів як необхідний засіб підсилення політичних гасел і програм. Створюючи політизовані художні образи та уявлення, що швидше засвоюються у суспільній свідомості та відтворюються у політичній практиці індивіда чи соціальних груп.

За умов ірраціональності детермінації політики і мистецтва політичний захід набуває ознак мистецької провокації, здатної шокувати певну частину суспільства, довести до абсурду дії та заяви політичних опонентів тощо. Політичний процес перетворюється на шоу, а політики на шоуменів, підмінюючи зміст формою, а справжню політику на постмодерну гру образів.

А. В. Лашко, студ., КНУТШ, Київ
lashko.alena@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО БРЕНДУ

Політичний бренд являє собою комплекс психологічних властивостей, які здійснюють вплив на певні соціальні групи з метою спонукання до цільової поведінки, голосування. Філіп Котлер визначає бренд як "контракт зі споживачем, в основі якого лежать взаємні зобов'язання" [Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – М. : Альпина Паблишер, 2010]. Однак цей договір не є гарантією якості та довготривалості. Використовуючи формулу, запропоновану Джеремі Маккарті, 5P (product – продукт, price – ціна, place – місце, promotion – промоушн, package – упаковка), політичний бренд виконує ряд функцій: 1) інвестиція в майбутнє; 2) отримання додаткового доходу під час виборчих перегонів у вигляді процентів голосів "За"; 3) спрощення процедури відбору політичного товару; 4) захист від партнерів; 5) ідентифікація себе з-поміж інших подібних товарів; 6) забезпечення емоційного зв'язку між кандидатом (партією) та споживачем (виборцями); 7) уособлення історії [McCarthy, E. J. Basic Marketing. [Electronic source]. – Access mode: <http://marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>]. Складовими будь-якого бренду є: назва (ім'я), логотип (символ бренду), особливі ознаки (те, що ідентифікує товар), упаковка та слоган.

Строк позиціонування бренду на політичному ринку залежить від правильно розробленої маркетингової стратегії. Існує 4 стадії життя бренду: впровадження, розвиток, зрілість і занепад. На першому етапі: вкладання грошей в просування бренду марне. На другому етапі – зростання бренду прямо пропорційно залежить від вкладень: чим більше грошей на цьому етапі в просування (реклама, стимулювання, PR) бре-

нду вкладається, тим швидше він стає пізнаваним. На етапі зрілості політичний бренд вимагає тільки захисту та підтримки. Останній етап – період занепаду. Довготривалість існування політичному бренду (кандидату, партії) можуть забезпечити: відсутність нових брендів-конкурентів; професійний аудит; унікальність ідей закладених в програмі (лідера, партії); стабільність професійного складу політичної команди; стійка і постійна комунікація зі споживачами (через ЗМІ, інтернет, рекламу, PR...); актуальність політичної ідеології (партії, лідера) та акцент на архетипах (міфи, традиції, звичаї). В іншому випадку політичний бренд втратить свою винятковість і перетвориться на товар. "Якщо ви не бренд – ви не існуєте. Хто ж ви тоді? Ви – звичайний товар" зазначає Філіп Котлер. В такому випадку тривожним дзвінком для політичного бренду є рейтинги, соціологічні опитування громадської думки.

Процес по відновленню бренду – ребрендинг. Політичний ребрендинг вимагає виконання ряду завдань: посилення політичного бренду (з метою зростання лояльності виборців); диференціювання бренду серед конкурентів (з метою посилення його унікальності); збільшення цільової аудиторії політичного бренду (з метою залучення нового сегменту потенційних виборців) [*Письменная Е. Б. Развитие бренда во времени. Проблемы ребрендинга // Маркетинговые исследования. – 2006. – № 5. – С. 34–38*]. Головними інструментами ребрендингу є: креативні розробки, зміни у фірмовому стилі бренду (перетворення зовнішнього іміджу (лідера, партії), або рестайлінг; генерація нового імені бренду, або ренеймінг); репозиціонування політичного бренду; медіапланування, включаючи класичні інструменти PR-ребрендингу й некласичні інструменти PR-ребрендингу (event-marketing, mobile marketing) [*Овчинникова О. Г. Ребрендинг. – М. : Альфа-Пресс. – 2007*]. Креативні розробки – це визначення типу політичної рекламної кампанії, рішення дизайну та розробка слоганів; рестайлінг – зміна кольору логотипу та інших візуальних атрибутів, які супроводжують політичний бренд, відповідно до нового позиціонування і нових характеристик; ренеймінг – зміна лідера, назви (партії) у разі виникнення нової концепції позиціонування або стратегії; Репозиціонування – зміна основних характеристик політичного бренду і закріплення їх у свідомості цільової аудиторії (виборців); Медіапланування – складання планів з проведення ребрендингу. Event-marketing (евент-маркетинг) являє собою участь в організаціях, політичних ток-шоу, святах, презентаціях, політичних зустрічах, поїздках по регіонах країни та інших подіях, пов'язаних з виходом або просуванням політичного товару [Event-marketing. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.promo56.ru/4>]. Mobile marketing (мобільний маркетинг) – це будь-яка форма маркетингової, рекламної або торговельної діяльності, спрямованої на споживача і здійснюваної через мобільні канали.

Досвід парламентських кампаній в Україні довів: у разі, коли візуальна складова партійних брендів зведена до нуля, головне символічне навантаження припадає на вербальну складову, яка підлягає типізації.

Цементуючими елементами партійних брендів можуть виступати імена відомих політиків (Народний блок Литвина); визначення соціальної групи ("Партія жінок України"); географічна чи етнічна дефініція ("Партія киян "Європейська столиця"); ідеологічна компонента (Ліберальна партія України). Також існує приклад, коли спортивний бренд творить політичний (Партія "УДАР (Український Демократичний Альянс за Реформи) Віталія Кличка"), коли через надмірну довіру до лідера-бренда (В. Ющенко), ребрендингу потребує партійний бренд (Партія "Наша Україна"). "Вічний" політичний бренд будується на сталих аспектах як: традиційний, через використання національної символіки в логотіпах, емблемах; історичний – через апелювання до історичної спадщини.

Д. С. Лікарчук, студ., КНУТШ, Київ

ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЇ НА ПОЛІТИЧНУ СИСТЕМУ СУСПІЛЬСТВА

Якість політичної комунікації визначається рівнем розвитку громадянського суспільства, тобто суспільства, в якому влада залежить від громадян й існує для громадян, а не навпаки. Обмін політичною інформацією на горизонтальному рівні між членами суспільства і організаціями та на вертикальному рівні між різними елементами політичної системи відбувається тим інтенсивніше, чим вищим є досягнутий у суспільстві рівень демократії.

Політика існує в межах комунікаційних процесів, тому вона однією з перших реагує на виникнення глобального інформаційного ринку, що починає якісно змінювати середовище існування держав, політичних партій та інших гравців на полі влади.

Політична комунікація здійснюється через ЗМІ, політично організовані утворення і неформальні канали. Процес політичної комунікації безперервний, проте його активізація спостерігається у виборчий період, коли застосовуються найрізноманітніші шляхи впливу на електорат з метою завоювання його прихильності.

При мажоритарній виборчій системі, в основному, переважає особисте спілкування з "цільовою аудиторією", то сьогодні змінилися акценти та засоби відповідної комунікації – вони рієнтовані не стільки на розвиток моделей персоніфікованої комунікації, скільки на сферу медіа [Денисюк, С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія. – Вінниця : ВНТУ, 2010].

Дослідники, які працюють в галузі політичної науки, підкреслюють глибокий, органічний зв'язок політики, як виду людської діяльності і форми суспільної свідомості, з комунікацією, що опосередковує цю діяльність і перетворює знання саме в свідомість, часткове робить загальним, і навпаки, перетворює усвідомлене в нові знання, дії та вчинки. Політика існує в межах людської діяльності, різних способів взаємодії її носіїв, в полі комунікаційних процесів, що пов'язують і

спрямовують суспільно-політичне життя. Сьогодні глобалізація, інформатизація всіх сторін людського життя, низка інших чинників суттєво впливають на політичну систему суспільства, змінюючи її структуру, а також місце та значення політичної комунікації. Політична комунікація впливає найпомітніше, і, в той же час, дуже суперечливо на політичну сферу суспільного життя.

Взагалі політична комунікація – це явище, з яким кожна людина має справу щодня. Боротьба за владу, дії політиків і тих, хто впливає на них, є основною темою та рушійним мотивом цієї сфери взаємодії. Тому сьогодні політичний дискурс щодо комунікації цікавить не тільки професіоналів в галузі політики, журналістів, а і широкі маси громадян.

Системну політичну комунікацію можна визначити як процес, що охоплює політичну сферу життя людини, за посередництвом якого відбувається спілкування між органами влади, політичними партіями, громадськими організаціями і рухами, посадовими особами, виборцями, населенням. Налагодження та відтворення комунікаційних процесів між політичними партіями та виборцями, інформованість виборців про діяльність політичних партій сприяють легітимації політичних утворень у суспільстві, що є невід'ємною частиною інституціоналізації демократії та її консолідації [O'Hara R. Media for the Millions. – N. Y., 2009].

Зауважимо, що, з одного боку, сьогодні існують поширені культурологічні підходи, які акцентують увагу на вивчені комунікації в контексті розповсюджених в соціумі ідей, цінностей, уявлень. З іншого боку, дедалі помітнішою є тенденція до поширення прагматично-матеріалістичних відносин у комунікаційній сфері. Не підлягає сумніву, що конкретний масив інформації, який розповсюджується ЗМК, здійснює політичний вплив на масову аудиторію, що дає підстави надати інституту комунікації певною мірою самостійних повноважень щодо формування громадської думки. Саме звідси випливає усталена теза про домінування "четвертої", а може навіть і "першої" влади в громадянському суспільстві. Відповідно постає природне питання про конкретизацію змісту комунікації в політичній площині, про те, що саме домінує в комунікативних потоках [МакКузіл Д. Теория массовой коммуникации // Контексты современности : хрестоматия. – Казань, 1998].

Останнім часом посилюється політична боротьба на просторах Мережі. Інтернет-технології широко використовуються в політичному, а особливо виборчому процесі.

У сфері політичної комунікації в Україні спостерігається зміщення системної двосторонньої комунікації політичних сил з виборцями у бік застосування політтехнологічних методик, за яких системна та прозора двостороння комунікація, налагодження зворотного зв'язку набувають значною мірою одностороннього характеру, та насамперед замінюється рекламування лідерів політичних сил. Така ситуація пояснюється особливостями сформованої партійної системи, еволюцією політичних партій, сьогоднішніми процесами внутрішньопартійного життя.

З огляду на об'єктивну пріоритетність напрямків комунікації в інформаційному суспільстві ми виходимо на категорію власне політичної комунікації. Вона набуває визначального статусу в структурі інформаційних потоків. Інформаційна діяльність основних складових громадянського суспільства, зокрема, політичних партій та громадянських об'єднань, помітно посилює вплив політичної комунікації на мотивацію поведінки громадян та на дії владних структур.

Таким чином, особливість політичної комунікації сьогодні визначається своєрідністю її головного прояву в політиці, що виглядає дещо завуальовано. Політична комунікація сьогодні є особливою надбудовою сигнальною системою. Вона не просто представлена такою формою, як спілкування в розповсюдженні інформації, а й різноманітними суспільними діалогами. Сьогодні залишається поза увагою інший бік політичної комунікації, а саме – вона представлена технологічною формою, тобто саме в політиці вона сьогодні опосередковується, базується і визначається конкретними політичними технологіями.

Н. В. Лікарчук, доц., КНУТШ, Київ

СОЦІЕТАЛЬНИЙ ОБМІН ЯК КАПІТАЛ СУСПІЛЬНОЇ ДОВІРИ

Поняття "соціетальний" має англійське походження і означає сукупність соціокультурних явищ, які характеризують культуру, цивілізацію, суспільство. "Соціетальний" визначається як той, що відноситься до суспільства, яке, в свою чергу, розглядається єдиним цілим, характеризуючи цілісність суспільства, як сукупність соціальних інститутів соціуму.

Соціетальний обмін – це комунікація, в основі якої лежить принцип взаємної узгодженості та довіри. В даному виді обміну обіг цінностей має яскраво виражене етичне забарвлення.

Соціетальний обмін, Ю. Хабермас визначив як "комунікативна дія", тобто це така соціальна інтеракція, в основі якої лежить орієнтація на взаєморозуміння. В комунікативній дії "актори йдуть на те, щоб внутрішньо узгодити між собою плани своїх дій й погодити відносини один з одним та вибудувати відносини з погляду на майбутнє [Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб., 2001. – С. 165].

В ході соціетального обміну етичний фактор є вирішальним при досягненні громадського успіху.

Соціетальному обміну відповідає певна маркетингова діяльність, яка пов'язана з просуванням на інтелектуальний ринок ефективних соціальних ідей, технологій, проектів, програм. Саме такі продукти інтелектуальної діяльності є головним соціальним товаром.

В процесі соціетального обміну формується та частина політичного капіталу, яка репрезентує сукупність соціально-етичних якостей, які мають велике значення для гармонізації громадських відносин.

Головною комунікативною стратегією соціетального обміну в політиці є досягнення довіри, злагоди і взаємного задоволення домагань між суб'єктами політичного маркетингу.

Соціетальний капітал у формі культури довіри, толерантності, консенсусу відіграє вирішальну роль у встановленні тісних відносин політичного співробітництва.

Концепт довіри отримав сьогодні достатньо серйозну теоретичну розробку в працях відомих політологів, соціологів та філософів. Особливо інтенсивно проблема довіри стала розроблятися у зв'язку з бурхливим розвитком теорії ділового спілкування й бізнес-культури.

До соціального капіталу, крім довіри, дослідники відносять такі цінні в діловій комунікації якості як: взаємна відповідальність, виконання зобов'язань, надійність, компетентність, лояльність, репутація.

В політичній науці соціальний капітал трактується як фактор, який формує соціальну єдність, й за допомогою якого утримуються громадські інститути разом.

Крім того, соціетальний капітал у сфері політики по своєму соціально-смысловому значенню перекликається з поняттям "політичної репутації". Соціетальний політичний капітал – це, по суті, капітал суспільної довіри, який завойовується за допомогою отримання позитивної політичної репутації.

Політичним суб'єктом, який сьогодні більше інших зацікавлений у закріпленні свого соціетального капіталу, виступає національна держава.

В кризових ситуаціях і в умовах реформування громадської системи перед державою особливо гостро встають проблеми суспільної довіри й легітимності її владних дій. Дефіцит довіри – це є головною перепорою на шляху реалізації державою своїх політичних програм, те, що веде до розколу суспільства і, в кінцевому результаті, приводить до деградації державних інститутів. Тобто, соціетальний капітал, стержнем якого є стійка система відносин довіри громадян до органів державної влади, виступає головним політичним багатством нації.

Ряд вчених розглядають довіру в якості джерела соціального й людського капіталів. Поряд з довірою до соціального й людського капіталів дослідники відносять такі цінні комунікативні якості, як взаємна відповідальність, додержання прийнятих в суспільстві норм, лояльність, міцна репутація (Ф. Фукуяма).

Дефіцит довіри трактується в літературі не тільки як загроза соціальної інтеграції, але також й як наслідок проведення певної політичної стратегії, направленої на фрагментарність соціальної матерії.

Соціетальність політичної сфери виражається у суспільній довірі, яка завойовується через набуття позитивної політичної репутації. Будь-який політичний суб'єкт, який бажає якомога довше утримувати свої позиції на різних політичних ринках (міжнародному, національному, регіональному, електоральному), не може серйозно не турбуватися про свій соці-

етальний капітал, бо без стійкої суспільної довіри або лояльності громадян його політична легітимність буде під питанням [Русакова О. Современная политическая философия. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2010. – С. 98].

В даному контексті велику роль відіграє так званий "публіцитний капітал" як капітал славетності та знаменитості [Кривонос А. Основы теории связей с общественностью. – СПб. : Питер, 2010. – С. 36]. Звідси випливає, що соціетальність "публіцитного капіталу" проявляється у позитивній суспільній думці, бренді, іміджі, репутації. Збільшення соціетальної форми публіцитного капіталу означає збільшення суспільної довіри, укріплення позитивного іміджу. Адже з одного боку, збільшення данної форми означає підсилення політичної та економічної влади окремих представників суспільних відносин.

Зазначимо, що однією із тенденцій сучасної глобалізації є виникнення та потужне функціонування транснаціонального капіталу, який найбільш функціональний у транснаціональних корпораціях (ТНК). Такі структури є міждержавними й наддержавними інституціональними формами міжнародного капіталу. Боротьба між ТНК й всередині них стає дуже важливим фактором, що визначає стан сучасного світового співтовариства. Соціетальність транснаціонального капіталу, як прояв соціетальності політичної сфери, складається у міжнародному усупільненні виробництва та соціально-політичних процесів. Транснаціональні корпорації зростають не лише з національними державами, але й міжнародними органами регулювання світової економіки. Аналізуючи особливості політичного капіталу Н. Наталіна розглядає поняття метакapіталу, який на її думку "уособлений у державній владі, завдяки якій відбувається доступ до будь-яких ресурсів та спрощується їх накопичення й подальша конвертація" [Наталіна Н. Політичний капітал як наукова категорія // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, соціологія, філософія. – 2007. – Вип. № 7–8. – С. 100].

Як уже зазначалося, деформація соціетального в метакapіталі, чи капіталі державної влади, проявляється у монополії на насилля у вигляді міліції та армії, тіньовому розподілі податкових надходжень, що руйнує, передусім, економічну сферу.

Основним політичним інструментарієм встановлення соціетального режиму в сучасному суспільстві є ідеологія й практика, яка позначається у філософсько-політичних дослідженнях такими поняттями як "деліберативна політика" (хаберма вовлеч другого), "дорадча демократія" (бен-хабіо) та "політика визнання" (fraser).

Отже, обмін це базова категорія політичного маркетингу. Не існує таких сфер суспільного життя, де б не здійснювався обмін благами чи обмін цінностями. Саме тому на основі маркетингового підходу можна вивчати найрізноманітніші відносини, де здійснюються процеси обміну.

ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПЕРЕХІДНИХ СУСПІЛЬСТВАХ

Характер та тип соціальних технологій визначається тим соціокультурним середовищем, до якого вони застосовуються. Така ціннісно-ментальна орієнтація соціальних, зокрема й політичних, технологій забезпечує їм високу ефективність.

В умовах демократичної трансформації чітко прослідковується взаємозв'язок соціокультурного складу суспільства та політичних технологій, що застосовуються в ньому. До специфічних характеристик перехідного суспільства відноситься відсутність досвіду політичної участі та, як наслідок, незріла політична культура. Стара система цінностей зазнає краху, що призводить до всезагальної дезорієнтації, розгубленості, маргіналізації в минулому успішних груп населення. Суттєвим дестабілізуючим фактором виступає й відсутність середнього класу, що зацікавлений в соціально-політичній стабільності. Як зазначав П. Бурд'є "споживачі тим більше схильні до безумовної відданості відомим ярликам і беззастережного делегування прав своїм представникам, чим більше вони позбавлені соціальної компетентності в політиці та інструментів, необхідних для продукування політичних виступів і акцій..." [Бурд'є П. Соціологія політики. – М. : Socio logos, 1993. – С. 185].

Електоральний вибір громадян таким чином набуває своїх специфічних особливостей:

1. Переважання ірраціональної складової. Російський вчений Г. Дилигенський вважає, "що цей ірраціоналізм пояснюється не загальним культурним чи інтелектуальним рівнем населення..., а особливостями ситуації, що склалася" [Дилигенский Г. Г. О политическом рынке и рациональном выборе в российских условиях // Полис. – 2000. – № 2. – С. 106]. З цим твердженням вченого можна погодитися з тією суттєвою обмовкою, що корінь ірраціональності перехідного суспільства слід шукати не в низькій культурі чи освіченості, а у відсутності практики політичної участі в нових умовах соціальної реальності, тобто відсутності саме політичної освіченості.

2. Відсутність чіткої партійної орієнтації та приналежності. За різними даними в Україні членство в партіях мають від 2 до 10 відсотків дорослого населення. На початкових етапах демократичного переходу партії виконувати свою ідеологічну функцію як провідника нових змін або символу відстоювання старого ладу, стабільності. В Україні – це можна сказати й про інші країни постсоціалістичного переходу – партії з часом втратили свою прогресивну роль. Пов'язано це з тим, що вони не виконували своєї функції відстоювання інтересів виборців, залучення нових членів. Тому сучасні партії в своїй переважній більшості є ієрархічними, лідерськими, не мають чіткого ідеологічного підґрунтя.

3. Нерозвиненість, слабка диференційованість ідейно-політичних уподобань громадян. Задля визначення своїх ідейних вподобань індивід повинен чітко усвідомлювати свої потреби й знати яка політична сила(ідеологія) здатна задовольнити ці потреби. З огляду на відсутність такої обізнаності й розмитість ідейно-програмних гасел та документів політичних акторів про чітку диференційованість й сегментацію електорального ринку говорити не доводиться.

4. Орієнтація на особистий імідж політика. Вакуум раціональних мотивів вибору спричинює гіпертрофованість емоційних, ірраціональних орієнтацій, які задовольняють політичні символи, іміджі, бренди.

5. Деідеологізація електорального вибору. Виборців турбує не конкуренція між основними гравцями, не протистояння партійних програм, а соціальні питання, робочі місця, розвиток економіки. При цьому вони "прагнуть задовольнити не свій дещо абстрактний "соціальний інтерес", а певні конкретні потреби. Потребуючи найелементарнішого і не маючи надії отримати на політичному ринку щось достойне, наш виборець готовий продати свій голос будь-кому, хто запропонує щось конкретне і корисне для його життя" [Пшизова С. Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе // Полис. – 2000. – № 2. – С. 33].

Особливості електорального вибору громадян диктують кон'юнктуру та діапазон технологій, що застосовуються на політичному ринку.

Політичні технології в перехідному суспільстві апелюють до ментальності, архетипів, емотивної складової психіки. Головним продуктом на політичному ринку перехідного суспільства виступають не ідеї, програми, а іміджі, що формуються на основі певних зовнішніх рис поведінки та дискурсу. "Політичні сили ... висувають задля підтримки електорату практично аналогічні месиджі... Саме тому нині в Україні в якості, мабуть, єдиного "пізнаваного" політичного товару виступають політики й, у першу чергу, політичні постаті, що очолюють великі політичні партії і виборчі блоки. Саме вони стали своєрідними маркерами, котрі підказують населенню, яка саме програма дій і політична перспектива йому пропонується" [Акімов Д. До питання технологізації політичної діяльності в сучасній Україні // Політичний менеджмент. – 2007. – № 6. – С. 43]. Тому політичні партії передвоюються з інституту відстоювання груп суспільних інтересів на прикриття для висування харизматичних політиків.

Іміджі політиків загалом символічно переобтяжені. Відомі, знані гравці політичної арени мають змогу апелювати до раціональності виборців, пропонуючи конкретні програми дій. Інші ж, нові актори, що прагнуть отримати максимальну пізнаваність користуються технологіями максимально символічного наповнення свого образу. Це ж стосується і тих випадків, коли відомий політик з огляду на політичну ситуацію вдається до зміни свого образу.

Широке застосування в політичній практиці отримує техніка популізму, демагогії. "Імідж політичного лідера (партії) будується на демагогічних обіцянках швидкого добробуту" [Лікарчук Н. В. Політичний ринок та

вибори // Дні науки філософського факультету – 2009 : міжнар. наук. конф. (21–22 квітня 2009 року) : матеріали доп. та виступів. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". – 2009. – Ч. VIII. – С. 33].

Слід зазначити й про проблему використання "чорних" та "сірих" технологій. Деякі дослідники вважають, що застосування "брудних" технологій є закономірним етапом становлення електоральної культури. Найчастіше використовуються технології дискредитації кандидата чи політичної сили в очах виборців, підбурювання населення до дій, вигідних певній політичній силі, тиск на громадську думку, намагання вивести з рівноваги опонента, поширення пліток, подання інформації про кандидата у негативному світлі. Використання вказаних технологій "приводить до поширення в громадській свідомості таких стереотипів як "політика – брудна справа", "політики всі однакові", "нікому не можна вірити", до розчарування та аполітичності виборців" [Дмитришин Ю. А. Застосування "брудних технологій" у політичній рекламі під час виборчої кампанії 2006 року // Наукові записки. Том 69. Політичні науки. – К. : Видавничий дім "КМ Академія". – 2007. – С. 68].

Таким чином ми проаналізували особливості застосування політичних технологій в трансформаційному суспільстві, встановили чіткий зв'язок між соціокультурними характеристиками суспільства та технологіями, що в ньому функціонують. Слід зазначити, що високий рівень маніпулятивності, ірраціональної наповненості політичних технологій обумовлений низьким рівнем політичної культури населення. З часом практика демократичної участі формує у населення досвід, обізнаність, підвищує рівень раціональності електорального вибору. Якщо ж цього не відбувається ірраціональна складова в політичній практиці зазнає ескалації, набуває специфічних для конкретного суспільства форм, сприймається як належне.

**Н. А. Марецкая, соискатель,
ТНУ им. В. И. Вернадского, Симферополь
maretska.n@gmail.com**

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВИДЕОРЕКЛАМЫ БАРАКА ОБАМЫ И ДЖОНА МАККЕЙНА

Политическая реклама является одним из инструментов воздействия на выбор избирателя в период предвыборной кампании. Содержательное наполнение политической рекламы определяется потребностями электората. С помощью данного средства коммуникации политические акторы (кандидаты или партии) могут выразить основные идеи, ценности, а также ретранслировать образы и мифы. В связи с этим была исследована американская политическая видеореклама за период Президентской избирательной кампании 2008 года. Для анализа мы взяли политическую видеорекламу следующих кандидатов на пост Пре-

зидента: от демократической партии – Барака Обамы, от республиканской партии – Джона Маккейна.

Джон Маккейн и Барак Обама в период предвыборной кампании в равной степени использовали негативную политическую рекламу. Барак Обама позиционируется в своих видеороликах как хороший семьянин, сильный человек, который сможет изменить экономическую и политическую ситуацию в стране; как тот, кто проявил мужество противостоять войне в Ираке. В своей рекламе Барак Обама в большей степени апеллирует к потребностям и ценностям среднего класса. За всю предвыборную кампанию он использовал три лозунга (один глагол и два существительных), а именно: Can (мочь), Hope (надежда), Change (изменения). Примечательно и то, что были сняты 2 политических ролика в виде музыкальных клипов, где были использованы основные лозунги "мы можем" (we can) и "мы сможем изменить" (we can change). Предвыборная реклама Барака Обамы, была удостоена двух Гран-При "Titanium & Integrated" на фестивале "Cannes Lions" в 2009 году. В его рекламе доминируют чёрно-белые видео ролики. Барак Обама – первый и единственный кандидат в президенты США, отказавшийся от государственного финансирования предвыборной кампании [Чередниченко А. Предвыборная кампания Барака Обамы – подлинный шедевр политической рекламы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pr-portal.com.ua/mneniya/11183.php>]. В своей предвыборной кампании Обама активно использовал интернет, как средство коммуникации. Его сайт barackobama.com стал главным инструментом по сбору денег на проведение предвыборной кампании. Джон Маккейн в политической рекламе Барака Обамы позиционируется как некомпетентный политик-экономист, ставленник Джоржа Буша и последователь его деструктивной экономической политики.

Джон Маккейн в своей политической рекламе позиционируется как американский герой, который приостановил финансовый кризис в США, борец, реформатор, политик, имеющий сильную команду и опыт работы в политической сфере. В его рекламе доминирует лозунг "Грядут перемены". В политической рекламе Джона Маккейна, Барак Обама наклеивается ярлык антисемита, который поддерживает палестинских террористов, он сравнивается с Усама бен Ладеном. Барак Обама позиционируется как политик, который никогда не был на слушаниях по Афганистану и ни одного года не пробыл в Ираке.

В политической видеорекламе Барака Обамы и Джона Маккейна ключевыми были сообщения о возможности перемен. В этих лозунгах был заложен образ будущего, который является одним из основных коммуникативных элементов политического имиджа. По своей сути лозунги обоих кандидатов на пост Президента США достаточно абстрактны.

Говоря о законодательном регулировании политической рекламы в США, можно отметить, что за 4 секунды до окончания политической видеорекламы должно быть продемонстрировано чётко читаемое печат-

тное заявление кандидата о том, что он оплатил трансляцию видео ролика и подтверждает информацию, показанную в видео рекламе (на-пример: "approved (this message) by John McCain") [Statutes and Rules on Candidate Appearances & Advertising. [Electronic source]. – Access mode: <http://transition.fcc.gov/mb/policy/political/candrule.htm>; Ads from all of the Democratic and Republican candidates are available in our Presidential Primary ad archive [Electronic source]. – Access mode: <http://pcl.stanford.edu/campaigns/2008/>]. Это является отличительной чертой американской политической видеорекламы от украинской. Но при анализе было выявлено, что это не сокращает количество выпущенной негативной политической рекламы. В рекламе 2008 года акцент делался на такой PR цели как отстройка от конкурентов – "это комбинация возвышения одного имиджа при снижении другого. Это позиционирование своего PR-объекта на фоне конкурентов" [Викентьев И. Л. Приёмы рекламы и Public Relations. Программы – консультанты: 400 примеров, 200 учебных задач, 20 Практических приложений. – СПб/ : Консалтинговая фирма "ТРИЗ-ШАНС" ; Изд. Дом "Бизнес-Пресса", 2004. – С. 20]. Примечательно, что политические видеоролики в период Президентской избирательной кампании в США в 2008 г. транслировались на двух языках – английском и испанском.

Сравнивая расходы на политическую рекламу Джона Маккейна и Барак Обамы и их частоту упоминаний, можно сказать, что за период предвыборной избирательной кампании-2008 Барак Обама потратил 74 млн. долларов на телевизионную рекламу, продемонстрировав за весь период 141 000 рекламных видеороликов. Хиллари Клинтон, его главный оппонент от демократической партии, потратила 46 млн. долларов, продемонстрировав на телевидении 82 000 объявлений. Сенатор Джон Маккейн потратил около 12 млн. долларов за выпуск в эфир 19 000 рекламных объявлений [University of Wisconsin Advertising Project Political Advertising in 2008 03/17/2010. [Electronic source]. – Access mode: http://wiscadproject.wisc.edu/wiscads_report_031710.pdf]. Сравнивая данные цифры, можно заключить, что кандидат от демократической партии Барак Обама обогнал по затратам на политическую рекламу Джона Маккейна. Всего Барак Обама потратил более 226 миллионов долларов за этот период времени на все виды политической рекламы, в то время как Джон Маккейн израсходовал более 162 миллионов долларов на рекламу от всех затрат на свою предвыборную кампанию [Ibidem].

С. Ю. Машаровська, асп., КНУТШ, Київ
S.Masharovska@gmail.com

ПОЛІТИЧНІ МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРАЦІ Г. ШИЛЛЕРА "МАНІПУЛЯЦІЯ СВІДОМІСТЮ"

Однією з негативних тенденцій взаємодії політикуму та суспільства на сьогодні є поширення впливу на громадську думку різного роду маніпуля-

тивних технологій. Для досягнення бажаного результату в електоральних процесах, легітимзації влади, прийнятті політичних рішень загальнодержавного значення систематично використовуються маніпулятивні технології. Дана проблема є актуальною для низки держав з перехідним типом політичної культури, до яких належить і Україна. Тому, на нашу думку доцільно проаналізувати основні особливості маніпулятивних технологій, висвітлені у працях зарубіжних вчених, присвячених цій проблематиці.

Сам термін "маніпулювання" має латинське походження та в первинному значенні трактувався як рука, жменя, або невелика група (купка людей). Оксфордський словник наводить тлумачення, згідно якому маніпуляція є поведінням з об'єктом, зокрема, ручне керування з певною метою. У другому значенні, що наведено у словнику, маніпуляція визнається як прийом прихованого впливу на людей у поєднанні зі зневажливим контекстом. У досліджуваному нами, метафоричному значенні, термін почав застосовуватись у політологічній літературі в 60-х р. р. минулого століття. Одним з піонерів перенесення поняття маніпуляції в дане семантичне поле є Г. Шиллер.

Автор "Маніпуляції свідомістю" Г. Шиллер виокремив п'ять підвалин маніпулятивних технологій, створених для ефективного втілення у життя різноманітних сценаріїв. Так, надмірну довірливість та сприйняття маніпулятивних технологій забезпечують наступні суспільні міфи:

- Міф про нейтралітет, необхідний для виконання цієї першої умови успішного маніпулятивного впливу – непомітності. За таких умов є можливість створення фальшивої дійсності, де не буде відчуватись присутність маніпуляції. "Таким чином, важливо, щоб люди вірили у нейтральність їх основних соціальних інститутів. Вони повинні вірити, що уряд, засоби масової інформації, система освіти та наука знаходяться за межами конфліктуючих соціальних інтересів". Уряд, президент, ФБР, наука, освіта та самі засоби масової інформації; всі ключові інституції "заховані" за міфом нейтральності, об'єктивності та невторчання. [Шиллер Г. Маніпуляція свідомістю. – С. 27].

- Міф про плюралізм засобів масової інформації; на якому ґрунтується уявлення про особистісний вибір, що його нібито здійснює об'єкт маніпуляцій в "умовах культурно-інформаційного розмаїття", яке насправді не існує.

- Міф про відсутність соціальних конфліктів.
- Міф про індивідуалізм та особистісний вибір.
- Міф про незмінну природу людини.

За концепцією Шиллера, існують два основні методи, що забезпечують дієвість маніпулятивних технологій, першою з яких є дроблення як форма комунікації.

Оскільки міфи створюються для того, щоб тримати людей у покорі, коли їх непомітно вживлюють у свідомість мас, вони отримують величезну силу, через те, що більшість людей не підозрює про маніпуляцію, що відбувається. "По суті ми зіштовхуємося з тим, що, як така, форма

комунікації, що отримала розвиток в умовах ринкової економіки, та зокрема у Сполучених Штатах, уособлює управління свідомістю" [Там само. – С. 42]. Другим методом, що допомагає ефективно втілювати у життя маніпулятивні технології є негайність передачі інформації. Хибне почуття терміновості, що виникає через наголос на негайність, зазначає Шиллер, створює ілюзію надзвичайної важливості предмета інформації, яке так само швидко розсіюється. Через такий прийом індивіди відчутно втрачають здатність розмежовувати інформацію за ступенем важливості.

Закономірним результатом подібної системної атаки маніпулятивних технологій є скорочення розумової діяльності та гальмування розумових процесів. Критична свідомість перестає функціонувати, перебуваючи у своєрідному стані летаргічного сну, а через великий проміжок часу здатність критично мислити взагалі атрофується. "Радіо, кіно, масові видовищні види спорту та велика кількість більш або менш значних шоу послаблювали та продовжують послаблювати здатність людей до протидії" [Там само. – С. 48]. Таке поєднання позбавлених життєвого сенсу передач та сприяючої до пасивності комунікаційної техніки саме по собі є дієвою маніпулятивною технологією.

Професор пояснює появу феномену маніпулятивних технологій через необхідність вдосконалення форм контролю. "Дефіцит, що підтримується за допомогою фізичного примусу, на протязі тисячоліть слугував найбільш надійним регулятором поведінки людей. За останні декілька століть поряд з розвитком сучасної промисловості отримала розвиток та значно удосконалилась система управління та підкорення" [Там само. – С. 158].

Підсумовуючи своє дослідження (написане у 1973 р.), Г. Шиллер наголошує на тому, що в майбутньому маніпуляція стане ще більш витонченою та жорстокою. Це буде спричинено декількома головними факторами. По-перше, вдосконалені новітні засоби комунікації та їх технічні можливості будуть надавати додаткові інструменти впливу. По-друге, посилення маніпулятивного втручання буде необхідно для підкорення інтелектуального прошарку, в якому зацікавлені корпорації та політичні спільноти, але який являє собою важку мішень через здатність до критичного мислення.

К. А. Молчанов, асп., КНУТШ, Київ
kiril2007@ukr.net

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Після проголошення незалежності Україна обрала орієнтиром свого розвитку демократичне суспільство, що гарантує рівні можливості для всіх громадян незалежно від соціального стану, етнічного походження, статі тощо. Сучасна концепція демократичного суспільства України пе-

редбачає наявність гендерної рівності в суспільстві та публічній політиці зокрема.

Поняття "гендер" вживається у кількох значеннях:

- гендер – це соціально-рольова і культурна інтерпретація рис особистості та моделей поведінки чоловіка і жінки, на відміну від біологічної;
- гендер – це набуття соціальності індивідами, що народилися як біологічні носії жіночої або чоловічої статі;
- гендер – це політика рівних прав і можливостей чоловіків і жінок, а також діяльність щодо створення механізмів її реалізації.

Саме в останньому значенні, ми і будемо використовувати поняття "гендер".

За рівнем представленості жінок у парламенті Україна серед інших держав посідає місце у другій сотні. Її випереджають не тільки країни ЄС, а й Білорусь, Росія, Туркменістан, а також Мозамбік, В'єтнам, Намібія, Антигуа і Барбуда тощо. А очолює список Швеція, у якій нині вводять квоти для захисту чоловіків-парламентаріїв. Статистика сучасного вітчизняного парламенту свідчить: із 450 народних депутатів обраних на позачергових виборах до Верховної Ради України 2007 року чоловіки становлять абсолютну більшість – 92 %, а, відповідно, частка жінок – 8 %. Зокрема, фракція партії Регіонів 11 осіб, БЮТ – 12, НУНС -7, КПУ – 4, фракція блоку Литвина – 2.

Для активного входження жінки у політику і формування її оптимального іміджу, існує низка факторів, що перешкоджають їй отримати перемогу на виборах. Як відомо, політика – одна зі сфер людської діяльності, де спрацьовує негативний стереотип – це не жіноча справа. І справді, доступ жінок до великої політики в Україні практично закритий. Дійсно, сьогодні це досить поширене патріархальне приписування жінці таких властивостей, як потреба в керівництві чоловіком, схильність до безсловесної покори, зосередження на материнстві.

Теоретичний аналіз та узагальнення досліджень відомих українських фахівців, зокрема В. Бебика, Г. Почепцова та інших, свідчить про те, що привабливими іміджевими рисами для електорату є саме фемінні: поступливість, що інтерпретується, як гнучкість, уміння запобігати конфліктам, розрядка напружених ситуацій, відмова від своїх претензій, амбіцій в "гострих" ситуаціях, тяжіння до стабільності; "легкої" емпатичності, яка інтерпретується, як самопрезентація, вміння "подати" себе. Тому, цілком ймовірно, що в сьогодні саме імідж жінки-політика є бажаним в Україні [Бebик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. – К. : МАУП, 1996].

Тому імідж жінки-політика повинен містити певний перелік саме жіночих якостей, оскільки в Україні ознаки фемінінності мають позитивне забарвлення. До того ж, важливим моментом є вміння використання переваг саме своєї статі. Так, для чоловіків – це демонстрація маскуліnnих характеристик: незалежності, домінування інтелекту (раціональність, довготривале планування, об'єктна спрямованість), а, у поєднанні з фемініnnими: емоційністю і витонченістю, дає найкращий результат.

Підсумовуючи, можна зазначити: по-перше, в Україні чоловіки складають абсолютну більшість в публічній політиці та на вищих державних посадах. Станом на 2011 рік, в Верховній Раді лише 8 % жінок, а в Кабінеті Міністрів України, взагалі, жодної. По-друге, включення у виборчий список жінок виключно щоб оживити обличчя партії, нажаль, найбільш поширена практика в Україні. По-третє, майже повна відсутність жінок-політиків які перестали сприйматись першочергово, як жінка, ставши повноцінними професійними політиками. За виключенням декількох: Ю. Тимошенко, Г. Герман, О. Кужель тощо. По-четверте нерозвиненість феміністичного руху на рівні громадсько-політичних організацій які мали б продукувати появу нових жінок-політиків.

Ю. С. Мудрик, асп., КНУТШ, Київ
yurij.mudryk@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ ТА ПАРТІЙНИХ СИСТЕМ ПОЛЬЩІ, БОЛГАРІЇ ТА РУМУНІЇ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ДЕМОКРАТІЇ

Більш ніж двадцятирічний досвід демократизаційних процесів досліджуваних країн дозволяє долучити до методологічного інструментарію різноманітні статистичні критерії та математичний аналіз, що дозволило отримати якісно нові результати, зробити прогноз на майбутнє.

Для Польщі характерним є акумулювання та розподілення влади між двома найвпливовішими партіями – "Громадянська Платформа" та "Право і Справедливість". За результатами виборів до парламенту 2011 року, прохідний бар'єр подолали лише п'ять партій. Показовим для Польщі є повна відсутність блоків, що обумовлена жорсткими протиріччями у програмах партій. Інші партії є менш популярними. Законодавством закріплено наявність місць у парламенті для німецьких національних меншин. У 2001 та 2005 роках вони отримували 2 місця із 460, а у 2007 лише одне [Parties and Elections in Europe. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.parties-and-elections.de/poland.html>]. Відсутність консенсусу щодо кінцевих цілей розвитку суспільства стало причиною відсутності однорідної політичної культури та згоди з питань тактики даного уряду і даного політичного курсу. Відсутність даного консенсусу політичних сил породжує партії що є альтернативними всім політичним силам, у яких розчарувалися виборці.

Характерною рисою Болгарської партійної системи є нестабільність. Аналогічно Польщі, низький рівень однорідності політичної культури породив велику кількість партій з протилежними прагненнями та відсутністю блоків на виборах. Дедалі більшої популярності набувають нові партії, що висувають актуальні та відповідні сучасному інформаційному суспільству цілі – реформована партія Громадяни за європейський розвиток Болгарії та Атака. Рух за стабільність та прогрес, що у 2001 році

був найвпливовішою партією, у 2009 не пройшов прохідний бар'єр [Parties and Elections in Europe. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.parties-and-elections.de/bulgaria.html>]. На відміну від Болгарії і Польщі, у Румунії чітко прослідковується блоковість партій.

Партійна система Румунії характеризується домінуванням однієї партії – Соціал-демократичної партії Румунії, що формувала більшість у парламентах протягом десятиліття. При цьому президентом є Траян Басеску, якого підтримує друга за силою політична партія держави. Оцінка електорального процесу міжнародними організаціями (зокрема "Freedom House") є досить низькою [Nations in Transit 2011. [Electronic source]. – Access mode: http://www.freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/NIT-2011-Release_Booklet.pdf]. Пізниця у голосах (Басеску у другому турі виборів набрав лише 52 %) при надзвичайно низькій явці виборців ставить факт легітимності влади у Румунії під питанням. Важливою особливістю Румунії є поступове неприйняття народом політичного курсу та пануючої політичної сили. Соціал-демократична партія поступово втрачає свій авторитет та цілком ймовірно є зміна політичної еліти на наступних виборах. Лише блок із Консервативною партією дозволив соціал-демократам залишитися при владі за результатами виборів 2008 року [Parties and Elections in Europe. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.parties-and-elections.de/romania.html>].

Питання легітимності влади при низькій явці виборців є актуальним для усіх країн регіону. Так у Болгарії явка виборців перевищувала 90 % у 1995, становила лише 60 % у 2009. Застосувавши метод трендового моделювання до аналізу оцінок електорального процесу Болгарії (за період з 2002 по 2011 рр.), було отримано рівняння тренду з найбільшим коефіцієнтом адекватності (поліном другого степеня): $y = 1,1119x^2 - 14,481x + 105,91$, при рівні адекватності 0,9. Даний метод дозволяє зробити висновок про загальну тенденцію зміни фактора. Виконавши прогноз тренду, ми визначили, що на виборах 2013 року слід очікувати незначного збільшення явки виборців, що буде становити приблизно 61,2 % (при рівні надійності 90 %).

У Польщі найвищий рівень явки виборців становив 53 % у 2007 році. Через значну амплітуду застосовувати математичне моделювання для прогнозування даного процесу не є коректним. Електоральна активність громадян Польщі є ситуативною і занадто сильно залежить від факторів та подій, що мають місце у даний момент часу. Можна лише припустити (враховуючи S-подібну циклічність), що на наступних виборах явка виборців буде нижчою, ніж у 2011 році.

Серед досліджуваних країн явка виборців під час парламентських виборів є найнижчою у Румунії. Найвищий показник був зафіксований у 1990 році та становив 86 %. У 2008 він знизився до 39,2 %. Ми дійшли висновку про стабільну майже лінійну тенденцію до спаду. Застосувавши метод трендового моделювання до аналізу оцінок електорального процесу Румунії (за період з 2002 по 2011 рр.), було отримано рівняння тренду з

найбільшим коефіцієнтом адекватності (поліноміальна залежність): $y = -1,3036x^2 + 0,5793x + 84,66$, при рівні адекватності 0,96. Виконавши прогноз тренду, ми визначили, що на виборах 2013 року слід очікувати ще більш різкого зменшення явки виборців, що буде становити менше мінімального порогу явки у 33,33 % (при рівні надійності 96 %). Оскільки даний сценарій перебігу подій не є вірогідним, слід очікувати кардинальну зміну як у програмах учасників так і веденні виборчої кампанії.

М. Д. Мулярчук, студ., КНУТШ, Київ
md-m@bk.ru

ОСОБЛИВОСТІ СЕГМЕНТУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО РИНКУ

Ступінь розвиненості ринку як складова загальнокультурного розвитку характеризується рівнем диференційованості ринкових явищ, категорій, феноменів. Не виключенням є політичний ринок. Перш за все надамо дефініцію базових категорій. Сегментування ринку полягає у виділенні груп споживачів, що мають схожу або однаково рефлектують на маркетингові акції, засоби та важелі впливу, однаковим чином сприймають властивості товару (послуги), ціну, місце продажу (надання послуги) тощо. Найважливішим завданням у процесі здійснення сегментування є пошук сегменту ринку, на який спрямовуються маркетингові заходи. Сегмент – це об'єднана, попередньо виявлена кількість споріднених споживачів товару чи послуги за певними ознаками. Основною метою сегментування є забезпечення цільового характеру продукту, за умов належного рівня уніфікованості потреб, адже один товар не може задовольнити потреби різноманітних і неоднорідних суб'єктів. Векторність дозволяє підвищити ступінь ефективності застосовуваних форм та методів продажу, реклами, формування збуту (важелів маркетингово впливу) тощо. Розрізняють три рівні сегментування: 1) стратегічне сегментування (макросегментування); 2) товарне сегментування (мікросегментування); 3) конкурентне сегментування (знаходження ринкової ніші).

Пріоритетність утилітарності у політичному маркетингу змушує зосереджувати увагу на практичному значенні сегментування. За умов здійснення сегментування зі зростаючим числом параметрів кількість сегментів збільшується, натомість їх розмір зменшується. Вказана обернено пропорційна залежність є підставою для покладення в основу сегментування інтенцій суб'єкта, що її здійснює. Саме від суб'єкта залежить досягнення належного балансу між ступенем диференціації ринкових категорій та завданнями що перед таким суб'єктом поставленні. Таким чином, збалансований підхід дозволяє сформулювати сегменти, що відповідають наступним параметрам: 1) вимірюваність – наявність можливості проведення оцінки розміру сегменту; 2) достатній розмір сегмента, що забезпечує належний рівень узагальненості його елементів; 3) стабільність – сформовані сегменти повинні відповідати вимогам стійкості,

а властивості та зв'язки між його елементами достатньо сталими, уніфікованими та одноманітними у короткостроковій та середньостроковій перспективі; 4) досяжність сегментів, тобто, здатність суб'єктів ефективно впливати на представників сегменту, шляхом застосування уніфікованих методів у системі маркетингових комунікацій; 5) прибутковість; 6) сумісність сегмента з ринком основних конкурентів; 7) ефективність роботи на обраному сегменті; 8) захищеність обраного сегмента від конкуренції [Paul R. Smith, Jonathan Taylor. Marketing Communications: An Integrated Approach. – 4th ed. – Kogan Page Business Books, 2004].

Після того, як політичний ринок пройде етап структурування на сегменти, необхідно отримати достовірний опис кожного виокремленого сегмента. Побудова повної картини сегментів ринку, а також їх характеристик має назву профілювання. Характеристики, які використовуються називаються дескриптивними змінними сегментування. Наступні моделі дозволяють забезпечити відповідність сегментів окресленим вище критеріям: 1) масовий маркетинг характеризується масовим виробництвом, розподілом та стимулюванням збуту одного й того самого товару для всіх покупців одразу; 2) товарно-диференційований маркетинг – в даному випадку продавець пропонує покупцю декілька товарів з різними властивостями, різної якості та різної оформленості. Головна задача диференційованого маркетингу створити різноманітність товарів для покупця, що є відображенням варіативності суб'єктного складу ринку; 3) цільовий маркетинг передбачає розподіл ринку на сегменти та адаптацію певного товару або їх групи до запитів представників відповідного сегмента [Philip Kotler, Gary Armstrong. Principles of marketing. – Pearson Education, 2010]. Важливо виділити етапи цільового маркетингу як найбільш профільованого та спеціалізованого: а) підготовчий етап (ухвалення рішення про сегментування ринку та вибір цільового сегмента, а також забезпечення виконання рішення про забезпечення необхідними ресурсами; вивчення споживачів та їхніх вимог до товару, запропонованого підприємством); б) етап сегментування ринку (визначення критерію чи кількох та вибір методу сегментування ринку; аналіз схожості основних споживачів та відмінності між ними); в) етап вибору (оцінювання рівня привабливості отриманих, у результаті аналізу сегментів цільового ринку; вибір цільового ринку (одного чи кількох сегментів)); г) етап позиціонування та розробки цільового маркетингу (визначення підходу до позиціонування товару на кожному цільовому ринку; розробка маркетингового комплексу для кожного цільового ринку). Одним із найважливіших етапів цільового маркетингу є етап позиціонування товару, тобто формування суб'єктивної оцінки товару з боку споживачів у порівнянні з товарами конкурентів.

Ознака сегментування ринку – показник способу виокремлення певного сегмента ринку. До засадничих ознак сегментування ринку відносять: 1. Географічні ознаки (локаційні): розташування регіону; чисельність та щільність населення; структура комерційної діяльності; динаміка розвитку регіону тощо. 2. Психографічні ознаки: соціальний клас; спо-

сіб життя; особисті якості. 3. Поведінкові ознаки: привід для здійснення купівлі; пошук вигоди; статус постійного користувача; інтенсивність споживання; прихильність до марки; поінформованість про товар тощо. 4. Демографічні ознаки: вік; стать; розмір сім'ї; рівень доходів; рід занять; освіта; національність.

Слід виокремити основні маркетингові стратегії: 1. Інтенсивний маркетинг найбільш ефективний, якщо: покупці здебільшого не обізнані про товар; ті, хто знає про товар, не зважають на ціну; необхідно протистояти конкуренції суперників і виробляти у потенційних покупців найбільшу прихильність до товару. 2. Вибіркове проникнення на ринок використовують, коли: місткість ринку невелика; товар більшості покупців відомий; покупці готові платити високу ціну за товар; інтенсивність конкуренції невисока. 3. Широке проникнення на ринок має сенс, коли: велика місткість ринку; покупці погано обізнані про товар; висока ціна неприйнятна для більшості покупців; на ринку існує жорстка конкуренція; збільшення масштабу виробництва зменшує питомі витрати на виробництво. 4. Пасивний маркетинг використовують, якщо: місткість ринку велика; існує добра обізнаність про товар; покупці відмовляються купувати дорогий товар; інтенсивність конкуренції незначна [Jack Trout. Repositioning: Marketing in an Era of Competition, Change, and Crisis – N. Y. : McGraw-Hill, 2010].

Таким чином, виключно збалансований підхід до сегментування з урахуванням вектору маркетингової стратегії і застосуванням основних принципів ринкової диференціації дозволяє досягти належного рівня ефективності маркетингових заходів на політичному ринку.

П. М. Олещук, канд. політ. наук, асист., КНУТШ, Київ

МЕССЕДЖ ТА СЛОГАН У ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ

Проведення політичних кампаній вимагає від команд кандидатів підвищену увагу до того, щоб максимально ефективно впливати на думку потенційних виборців, спонукаючи їх до потрібного електорального вибору. Засоби реклами вже давно увійшли до арсеналу політичних технологій, що використовуються напередодні виборів більшістю кандидатів. Це, зокрема, виражається і у визнанні політичної реклами на рівні законодавства та її регламентуванні.

Реклама, як форма впливу, зароджується як засіб забезпечення продажу комерційного продукту. Відповідно, саме комерційний характер реклами традиційно визначає механізми її впливу, а також характер аргументації.

Перенасиченість сучасного ринку масою однорідних товарів, кожен з яких має власну рекламну стратегію, примушує фахівців із реклами шукати нові, якісніші форми репрезентації власного продукту. Це зумовлює використання різноманітних небанальних механізмів подачі сюжету та презентування продукту, які традиційно називають "креативними засобами".

Водночас, політична реклама за своєю сутністю має помітні відмінності від реклами комерційної, що зумовлені специфічними рисами самого "політичного товару". Політична реклама має не просто вплинути на емоції, привернувши увагу. Вона повинна донести певний смисл, який спонукає виборця до обрання того чи іншого політика.

Подібний смисл у практиці політичного консультування прийнято називати запозиченим із англ. мови терміном меседж (message). Це стисло сформульований текст, що виражає у собі ключову ідею, з якою політик звертається до виборців. Це може бути образ перетворення країни, або соціальних змін, виражений зрозумілими для широкого загалу словом. Сформульований меседж використовується на всіх рівнях політичної комунікації. Він виступає основою для виголошення політичних промов, публікування передвиборчих тестів (маніфестів, листівок, звернень тощо), ключових положень виступів на дебатах. Також саме меседж повинен "обіграватися" за допомогою драматичних засобів подачі матеріалу у рекламних роликах кандидатів.

Єдність змісту, що виражається у меседжі, є принципово важливою для успішності політичної кампанії, оскільки саме меседж виражає у собі безпосередній зміст, з яким кандидат або партія звертаються до виборців. Різноманіття інформаційних посилань, що йдуть від штабу кандидата, лише збільшує нерозуміння з боку виборців.

Звичайно, далеко не завжди можна повністю подати у політичній рекламі весь зміст, який закладається у меседж. Це зумовлює необхідність формулювання т. зв. "слогану кампанії", в якості якого виступає чітка фраза, що виражає у собі основну ідею політичної кампанії. Саме ця фраза використовується як елемент оформлення зовнішньої реклами (плакатів, листівок, білл-бордів), а також утворює (у поєднанні з графічним логотипом) символіку політичної кампанії. Можна згадати цілу низку успішних політичних слоганів, до числа яких належать: "Так, Ющенко", "Yes, we can" (кампанія Б. Обама). Усі вони вийшли за межі потреб конкретного виборчого процесу, перетворившись на елементи культури.

Водночас, формулювання меседжу та слогану накладають обмеження на характер політичної реклами. Зокрема, кожен ролик повинен відображати у собі зміст меседжу та повторювати слоган. Саме меседж (та його скорочена форма – слоган) виражають у собі позиціонування кандидата відносно суперників, як виразника певної ідеології, як представника певних соціальних груп, як носія конкретних ідей. Вони задають його політичне обличчя, тому мають постійно повторюватися та конкретизуватися, але не замінюватися іншими смислами.

Це, звичайно, часто вступає у певну суперечність із традиціями комерційної реклами, де одним із основних критеріїв якості вже давно обрано "кретивність", тобто використання творчих, небанальних форм та засобів подачі сюжетів, щоб привернути увагу публіки. Водночас, для політичної кампанії важливо не просто привернути увагу, але й донести конкретний смисл. І якщо цей смисл (тобто меседж) не доноситься че-

рез рекламний ролик, то і сам ролик не може бути визнаний успішним. Навіть якщо він побудований творчо та нешаблонно.

Загалом, реклама у політичній кампанії виконує своєрідну функцію, виступаючи засобом не стільки переконання чи впливу, скільки нагадування та закріплення образу. Безпосередньо сама реклама не забезпечує електорального вибору, вона виступає лише ілюстрацією, фоном та "підказкою" для виборця. Політичні програми телебачення, новини, виступи політиків, їх активність на дебатах та ряд інших джерел формують базу для електорального вибору. Реклама дозволяє закріпити позиціонування політика, нагадати про його основні ідеї та концепції (не розкриваючи їх зміст).

За таких умов, "креативність" може виступати перешкодою для проведення політичної кампанії. Яскравим прикладом останнього є кампанія по виборам президента України 2010 року, проведена А. Яценюком. Зокрема, командою вищеназваного кандидата була запропонована яскрава реклама у вигляді білл-бордів та іншої наочної продукції, що "обігрувала" образ кандидата у різнокольоровій палітрі. Проте, привертаючи увагу, дана реклама не несла у собі жодного політичного смислу, перетворюючи саму кампанію на беззмістовну. Зрештою, це все не принесло зростання рейтингу кандидата. Навпаки, кінцеві результати суттєво поступалися стартовим рейтингом А. Яценюка.

Усе вищесказане дозволяє зробити наступні висновки: 1) для політичної кампанії критично важливо сформулювати чітке інформаційне послання громадянам, яке ми можемо назвати меседжем; 2) меседж повинен вирізняти кандидата, виражати у собі його політичне обличчя, відображати основні ідеї, з якими він звертається до громадськості; 3) спрощений меседж, виражений у одній чіткій фразі, прийнято називати "слоганом"; 4) слоган використовується під час кампанії зовнішньої реклами, та стає невід'ємним атрибутом політичного дизайну; 5) для успішності кампанії критично важливим є дотримання єдності змісту, вираженого у меседжі, у всіх проявах комунікативної активності; 6) будь-які публічні виступи, ролики, плакати повинні узгоджуватися з меседжем; 7) відповідно, у рекламних роликах або засобах зовнішньої реклами мають домінувати меседж і слоган, а не оригінальність сюжету, або винахідливість режисера; 8) реклама у межах політичної кампанії є не самостійною формою політичної дії, а ілюстрацією для змісту кампанії, тому вона має бути не стільки оригінальною, скільки узгоджуватися з іншими формами політичної активності.

А. І. Ольшанський, здобувач, КНУТШ, Київ

МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНИХ РЕФОРМ

Місцеве самоврядування – це інструмент "розкріпачення" свобод та ініціатив в демократичній країні. Саме такий підхід до його розуміння у

розвинених країнах Європи на які орієнтується Україна. Цей інструмент управління не в одній країні довів свою дієвість та ефективність. І не тільки в економічному розвитку держави, а й у збереженні політичної стабільності, цілісності країни та у поліпшенні якості життя громадян. Такий досвід має бути корисним й Україні. Цьому питанню особливої актуальності в Україні надає впровадження адміністративно-територіальної реформи та бачення у її контексті особливої ролі українського самоврядування.

Сьогодні правовий статус місцевого самоврядування в Україні визначається Конституцією України та Законом України "Про місцеве самоврядування в Україні". Хоча в Конституції України та у згаданому Законі й закріплено досить високий статус територіальних громад, в Україні дійсно все ще існує застаріла, напіврадянська концепція організації місцевого управління. Але, судячи із заяв вищих посадових осіб держави, реформа місцевого самоврядування в Україні набуде завершеного вигляду лише після внесення змін до Конституції України, які стосуються адміністративно-територіального устрою [Реформа місцевого самоврядування в Україні пов'язана з внесенням змін до Конституції. – Віктор Янукович // Офіційне Інтернет-представництво. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news/21771.html>]. Головна декларована мета реформи – це децентралізація влади. Реформа має оптимізувати систему державного управління в регіонах, підвищити її ефективність, прибрати зайві рівні адміністрування. Нова модель управління державою має відповідати принципам регіональної політики Європейського Союзу. Саме тому, за словами Президента, новий підхід до державної регіональної політики України ґрунтується на наданні місцевій владі та територіальним громадам права і можливості здійснювати реформи на регіональному рівні.

Постає запитання – чим є місцеве самоврядування по-європейськи? Перш за все, високі стандарти життя громадян. Це проявляється на такому рівні, як висока якість питної води, чистота прибудинкових територій, тротуарів, якість перевезень у громадському транспорті, безперебійне постачання тепла, газу, води... Але, це вже наслідки, тобто видима для громадян частина роботи самоврядування різних рівнів. А за цими наслідками є ще й невидима для громадян частина – організаційна структура самоврядування, підпорядкування, делегування повноважень, забезпечення повноважень фінансово-матеріальними можливостями. Чому ж в Україні видимі для громадян наслідки самоврядування відрізняються від європейських? Порівняльний аналіз дає такий висновок – справа в різниці можливостей європейського та українського місцевого самоврядування.

В Україні вже 15 років, саме з часу прийняття Конституції у 1996 р., постійно йде мова про реформу місцевого самоврядування. І питання у тому, що повноваження мають забезпечуватися відповідним бюджетом, це означає, що повноваження реалізуються, а бюджет гарантує їх вико-

нання. Тоді громадяни самі будують своє життя і реально впливають на рішення влади на адміністративній території (від села до області). А влада (місцева влада, як орган самоврядування) не потрапляє у ситуацію, коли слід просити кошти у "високих кабінетах", щоб реалізувати місцеву програму, яку так очікують мешканці цієї території.

Аби проілюструвати проблему прикладом, звернімося до можливостей, які дає українському місцевому самоврядуванню річний державний бюджет, зокрема, на 2012 рік [Закон України "Про Державний бюджет України на 2012 рік" // Верховна Рада України. Закон, Бюджет, Перелік від 22.12.2011 № 4282-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4282-17>]. По-перше, у Законі передбачено субвенцію з державного бюджету місцевим бюджетам на фінансування Програм-переможців Всеукраїнського конкурсу проектів та програм розвитку місцевого самоврядування передбачено 26 880 тис. грн. А за підрахунками експертів всього на бюджет розвитку самоврядування передбачено 5 млрд. грн. Це при тому, що у місцевого самоврядування основних фондів за окремими підрахунками на 500 млрд. грн. [Мэрам закрит доступ к президенту, или Почему не идут реформы // Finance.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/gu/~/2/0/all/2012/02/19/269960>]. Отже, оновити їх з таким фінансуванням можна буде через 100 років. У той час, як основні фонди місцевого самоврядування у країнах Європи оновлюються, в середньому, кожні сім років. По-друге, ще один ресурс місцевого самоврядування на 2012 рік – це 12 млрд. грн. на виконання своїх самоврядних повноважень. З них 7,5 млрд. грн., що складає 63 % переадресація на виплату зарплатні працівникам освіти, охорони здоров'я, фізкультури і спорту, оскільки в державному бюджеті їх не додали. Залишається 4,5 млрд. грн. та 5 млрд. грн. з бюджету розвитку, отже, – 9,5 млрд. грн. на рік (у перерахунку на одного громадянина – 200 грн.). У той час, як міста в ЄС отримують на утримання і розвиток міської інфраструктури Данії – 62 тис. грн. в розрахунку на одного жителя (в 310 разів більше, ніж в Україні), в Швеції – 44 тис. грн. (у 220 разів), в Польщі – 5600 грн. (у 28 разів), в Литві – 4500 грн. (у 23 рази). Це секрет можливостей європейського та українського самоврядування. Різниця з українськими можливостями – 150 разів. Отже, цілком справедливе запитання "чи може українське самоврядування з 200 грн. на одну людину компенсувати борги за тарифами і зробити наші міста красивими, чистими і зручними для проживання, навчання, лікування і відпочинку?"

О. В. Онопко, студ., ДонНУ, Донецьк

ПОЛІТИЧНА МІФОЛОГІЯ ПРЕЗИДЕНТСЬКОЇ ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ В УКРАЇНІ 2010 р.: СТРУКТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ ГЕРОЇКИ

Президентська виборча кампанія 2010 р. внесла істотні оновлення до спектру політичних технологій України. Як і у попередні часи, полі-

тична міфологія відігравала визначальну роль у веденні кандидатами виборчої кампанії, реалізації її стратегії, впровадженні тактики.

Якщо використання більшості маніпулятивних технологій у кампанії 2010 р. вже стало предметом наукових досліджень як в Україні, так і за її межами, проблема політичної міфотворчості так і не набула достатнього висвітлення. З огляду на це, **автор мав на меті з'ясувати специфіку політичної міфології останньої президентської виборчої кампанії в Україні**. Виходячи з цього, були поставлені такі завдання: окреслити специфіку політичної міфології президентських виборчих кампаній, визначити структуру і особливості політичної міфології виборчої кампанії 2010 р., виділити ключові риси героїки політичних міфів кампанії.

Головними особливостями політичних міфів президентських виборчих кампаній є:

- загальнонаціональний масштаб, що проявляється у впливі на політичну свідомість не тільки всіх громадян країни, які мають право голосу, але й ширше – усього населення;
- чіткість і часом безкомпромісність проголошуваних світоглядів, ідей, гасел, тощо;
- провідна роль персональних, героїчних міфів, що зумовлена протиставленням не стільки ідеологій чи доктрин, скільки образів конкретних політиків;
- посилення поляризації суспільства як результат використання передвиборчих міфів.

Міфологія будь-якої виборчої кампанії складається з трьох ієрархічно упорядкованих компонентів: найвище місце посідають центральні міфи, що відображають головний концепт протистояння (наприклад, "боротьба між центром і периферією"), наступний рівень – головні міфи, як зазначає М. Головатий, до них відносяться міфи про окремі політичні устрої, режими, форми правління, тощо [Головатий М. Ф. Політична міфологія. – К. : МАУП, 2006], останній – міфи героїчні (про кандидатів у Президенти та інших публічних осіб). На відміну від кампанії 2004 р. центральним міфом якої був "розкол України" і "боротьба між Заходом і Сходом", кампанія 2010 р. мала в основі дещо осучаснений архаїчний **міф "протистояння хаосу і порядку"**, причому у ролі першого виступав узагальнений образ так званої безпомічної, розколотої і неефективної влади, а другого – образи нібито дієвої і потужної опозиції та окремих представників діючих владних угруповань, що всіляко відмежовувалися від свого статусу (Ю. Тимошенко, А. Яценюк, В. Ющенко). Бути в опозиції означало бути на боці "порядку", прагнути відновлення стабільності і спокою у державі. Згідно до центрального зформувалися і інші головні міфи кампанії, серед яких три ключових:

Міф "про нові обличчя" полягав у проголошенні ідеї, що українській державі для подальшого політичного розвитку нібито не вистачає молодих персон з новим мисленням, яке б відрізнялося від того, що зформувалося у правлячої еліти за радянських часів (так званої "номен-

клатурної свідомості"). Окрім такого широкого потрактування, даний міф мав і більш конкретний зміст: у сучасній українській політиці надзвичайно мало осіб, які б не були пов'язані із виборчими командами часів "помаранчевої революції". Максимально повно розкритий у героїчних міфології С. Тигіпка, цей міф довів свою ефективність у загальноукраїнському масштабі.

Міф "про вихід з кризи" став популярним завдяки достатньо тяжкому становищу вітчизняної економіки. Він активно використовувався усіма кандидатами в Президенти, кожен з яких наполягав на ефективності лише своєї версії того, як "врятувати країну" – саме у такому формулюванні міф відтворився у гаслах побудованої на месіанській ідеї передвиборчої кампанії А. Яценюка. У подальшому на основі цього головного міфу активно розвивалися героїчні міфології політиків, які позиціонували себе як ефективних господарів та лідерів, а саме В. Януковича й В. Литвина [Мадрига Д. О. Політичний міф: сутність та особливості впливу на електоральний вибір. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_42/Gileya42/P15_doc.pdf].

Міф "про вірність європейським цінностям" активно просувався практично всіма основними кандидатами, окрім П. Симоненка. Основний наголос на ньому був зроблений у формуванні міфологізованих образів В. Ющенка і Ю. Тимошенко, героїка яких була побудована переважно на європейських цивілізаційно-ментальних засадах, і які позиціонували себе як кандидатів, котрих підтримують держави Західного Світу.

На підставі аналізу героїки політичних міфів виборчої кампанії 2010 р. можна визначити її найбільш вагомі риси:

- прагнення героїв демонструвати своїми минулими і поточними діями певну харизматичність (навіть за її повної відсутності) і месіанство, що є відголосками традицій візантизму і кесаризму Православної цивілізації [Леонтьев К. Н. Византизм и славянство. – М. : Изд-во Средневекового монастыря, 2010];
- переважно декларативний характер ідеологічного забарвлення героїв українських міфів: заявляючи про свою прихильність до певної ідеології, вони мають героїку зі змістом, що їй не відповідає ("багаті комуністи", "ліберали з жорстким стилем управління", тощо).
- позиціонуванням себе як "демократів і європейців", що викликино не тільки поточною політичною ситуацією, але й специфікою двоїстої ментальності українського народу;

Однією з особливостей української політичної міфології є фактична відсутність у ній довогострокових і конструктивних міфів. За таких умов ті політичні міфи, що створюються у ході виборчих кампаній мають лише ситуативне значення. Замість того, щоб стати доповненням єдиної національної міфології, вони, посиляючись на не властиві українцям риси ментальності, швидко забуваються і втрачають актуальність та ефективність.

КАПІТАЛ ПОЛІТИЧНОГО БРЕНДУ

Капітал бренду політичної партії покликаний допомогти виборцям в отриманні усієї необхідної їм інформації про дану політичну силу. Також він допомагає залучати підтримку, впливати на електоральну поведінку. Загалом, успіх усієї політичної кампанії часто залежить саме від лояльності виборців та їхнього ставлення до даного політичного бренду. Усі ці суб'єктивні факторів разом утворюють капітал бренду.

Тобто, капітал бренду – сукупність активів (або пасивів), пов'язаних з марочною назвою і символом, яка збільшує (або зменшує) цінність товару чи послуги фірми і (або) для клієнтів цієї фірми [Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: И. Д. Гребенников, 2008].

Основними активами капіталу бренду є: 1) обізнаність про бренд; 2) лояльність бренду; 3) сприймана якість бренду; 4) асоціації з брендом; 5) інші активи, що належать бренду. Активи і пасиви, які складають капітал бренду повинні бути пов'язані з іменем і символом бренду. Якщо ім'я бренду чи символ змінюється, то деякі або навіть усі активи чи пасиви можуть підлягати зміні чи взагалі втрачатися.

Д. Аакер відводить особливу роль лояльності до бренду. З його точки зору, лояльність потрібно розглядати і як те, що сприяє створенню бренду, і як його наслідок. При визначенні цінності політичного бренду, лояльність до нього є ключовим фактором, оскільки, вважається, що її високий рівень створює для політичної сили абсолютно передбачуваний потік виборців, тим самим підвищуючи його цінність. Крім того, лояльність до бренду може істотно впливати на маркетингові витрати. Безумовно, значно легше утримувати лояльних виборців, ніж залучати інших. Переманювання нового електорату та ігнорування вже існуючого – типова помилка, яка може надзвичайно дорого коштувати політичним силам. Лояльність вже наявних виборців є серйозним вхідним бар'єром для конкурентів, оскільки витрати на переманювання електорату часто надзвичайно високі. Крім цього, менш витратним є повернення існуючого електорату, ніж створення нового.

Під обізнаністю про бренд розуміють міцність його утримання в пам'яті. Вона складається з двох ключових компонентів. Першим є розпізнання бренду як елемент прихильності виборців і загальний рівень ознайомлення з брендом. Часто розпізнання бренду оцінюється через запитання типу: "чи бачили Ви даний бренд раніше?" Ця форма обізнаності не обов'язково передбачає утримання в пам'яті відомостей про те, де ви зустрічали бренд раніше, чим він відрізняється від інших. Це просто збереження у пам'яті факту самого контакту з брендом. Другим компонентом обізнаності про бренд є пригадування назви, пов'язаної з відповідним продуктом. При цьому спогад може бути як пріоритетним

(бренд, який згадується першим), так і домінуючим (єдиний згаданий бренд). Оскільки на виборців кожного дня впливає все більше і більше повідомлень, задача по створенню спонтанного згадування і впізнання "з підказкою" є надзвичайно важливою.

Сприймана якість бренду – це асоціація, пов'язана з брендом, яка стає його активом і безпосередньо впливає на підтримку електорату.

Капітал бренду підтримується в основному за допомогою асоціацій, які виборці пов'язують з брендом. Вони можуть включати в себе певні символи, знаки та ін. Асоціації, які викликає бренд породжуються ідентичністю, тобто тим образом бренду, який політична сила хотіла б закріпити у свідомості виборця.

Крім усіх перелічених активів, до інших ключових параметрів капіталу бренду відносять ідентичність, цінність бренду та персональний бренд. Повідомлення, надіслані про бренд, не завжди розуміються тими, хто їх отримав так, як було заплановано. Це означає, що бренд можна розглядати з точки зору відправника, а також – отримувача. Ідентичність бренду являє собою унікальний набір асоціацій, які прагне створити і підтримати розробник бренду. Вона покликана допомогти встановити зв'язок між брендом та електоратом. Структура ідентичності бренду включає в себе стрижневу і розширену ідентичності. Стрижневою є основоположна, стійка сутність бренду, яка, скоріш за все, залишається незмінною. Розширена ідентичність бренду включає в себе елементи ідентичності бренду, які поєднані в групи, які в свою чергу надають ідентичності структурну завершеність. Дослідження показують, що бренди з сильною ідентичністю є більш справжніми та цінними, такими, що заслуговують довіри.

Різниця між запланованим значенням повідомлення та сенсом розшифрованого повідомлення має важливе значення для дослідження в політології. Щодо політичних партій, то для них ідентичність бренду – це те, що вони повідомляють про себе – заплановане повідомлення. І навпаки, незаплановане – це повідомлення, написане або сказане про партію без її контролю. Незаплановані повідомлення є результатом інтерпретації медіа запланованих повідомлень надісланих політичною партією. Зрештою, цінність капіталу бренду політичної партії залежить від того, наскільки великий розрив між тим, що говорить про себе партія (тобто, партійна ідентичність) та що інші говорять про партію, як виборці розуміють інформацію, що стосується партії (тобто імідж партії). Більш позитивним є капітал партії, при якому розрив між партійною ідентичністю та іміджем є мінімальним.

Дослідники зазначають важливість зв'язків між різними складовими капіталу брендингу. Так, вважається, що обізнаність про бренд є головним фактором лояльності до бренду. Такий зв'язок активів капіталу бренду є природнім шляхом для створення більш сильного бренду. При цьому обізнаність розуміється як базовий рівень концепції "піраміди" капіталу бренду, тоді як різні типи активів та їх зв'язків складають її вищі

рівні. У найпростіший спосіб, капітал бренду управляється в першу чергу двома активами: обізнаністю про бренд і асоціаціями з ним. Ці дві складові і є основними у моделі Келлера [Keller K. L. Strategic brand management: building, measuring and managing brand equity. – Prentice Hall, 2007]. У ній капітал бренду складається з усієї інформації та ставлення споживачів до певного бренду. При цьому асоціація є основною, базовою формою знання споживачів про бренд. Це знання, у свою чергу, є центром перетину інтересів щодо бренду, до якого направлені різноманітні асоціації. Вони можуть структурувати прийняття рішення споживачами, впливаючи на людське сприйняття атрибутів та переваг продукту. Крім цього, асоціації з брендом формують ставлення людей до певного бренду. У цьому ключі, асоціації з позитивним настроєм призводять до позитивного ставлення, тоді як негативні асоціації ведуть до протилежного результату.

Капітал бренду політичної сили допомагає виборцям у процесі отримання інформації і прийняття рішення. Крім цього, він сприяє спроможності партії створювати і підтримувати лояльність виборців, збільшувати фонди, поглиблювати успіх політичної кампанії тощо. Отже, використання концепції капіталу брендингу в контексті політичних партій може розширити сферу вивчення ролі партій у виборчій поведінці, яка до цього була обмежена використанням іміджу партії та її рис. Наприклад, більшість досліджень іміджу політичних партій визначають цю концепцію просто як ставлення, вподобання чи ні виборцями певної політичної сили. Дана точка зору є хибною з погляду визначення бренду, для якого ставлення є лише однією з багатьох характеристик, що відповідає за побудову ставлення виборців до політичного бренду.

Р. Г. Панухник, асп., КНУТШ, Київ
r.panukhnyk@gmail.com

ВПЛИВ КОНТЕКСТНИХ ЕФЕКТІВ НА ПОЛІТИЧНИЙ ВИБІР

Термін "контекстний ефект" був використаний для опису цілого ряду поведінкових впливів, що випливають із зовнішніх для людини джерел. П. Блау (1976) запропонував розмежовувати ефекти середовища та контекстні ефекти, встановивши другі як підмножину перших. Контекстні ефекти є впливами середовища, які виникають через соціальні взаємодії в оточенні, і саме через ці соціальні взаємодії контекстні ефекти і створюються. П. Блау, наводить наступне визначення контекстного ефекту, або як він його називає структурного ефекту: це вплив розподілу характеристик населення на поведінку окремих членів населення, незалежно від власних характеристик учасників. П. Блау стверджував, що такий ефект повинен залежати від соціальної взаємодії, оскільки вона не може бути пов'язаною з індивідуальними особливостями

[Blau P. M. Approaches to the Study of Social Structure. – Open Books Publishing Ltd ; New Ed edition, 1976].

Важливим наслідком цієї структури є те, що політичний вплив соціального контексту є мимовільним і неминучим. Навіть якщо люди обирають всіх своїх друзів за межами району проживання, або, як альтернатива, не спілкуються з друзями про політику, їм все-одно доведеться випробувати деякі форми соціальної взаємодії на повсякденному і безособовому рівні.

Все вище сказане вимагає розробки механізмів, які відповідають за переклад соціального контексту в джерело політичного впливу. Першим імовірним кандидатом є вплив контексту на зміст неформальних соціальних відносин. Політична переконливість основної групи і міжособистісних контактів не є чимось новим для політологів, але робота Р. Патнема та інших показали, що конфігурація особистих контактів людини є предметом варіації як пряма залежність від складу населення. Р. Патнем показав, що політичний склад первинної групи є функцією політичного контексту рівня округу: люди, що живуть в країнах з більшістю демократів, швидше за все, асоціюватимуться з демократами. Він припустив, що респонденти опитувань обирали своїх друзів не цілком випадково по відношенню до політичних характеристик, але й також не вибирали друзів, які були дзеркальним відображенням їх політичних поглядів. В результаті, первинні групи служили в якості засобу впливу громади, а окремі особи часто були асимільовані переважаючою групою в соціальних контекстах. Пояснення контекстного впливу було запропоноване К. Ленгтоном і Р. Рапопортом (1975) в їх дослідженні підтримки С. Альянде робочий класом Сантьяго і пропонує альтернативний механізм, за допомогою якого соціальний контекст перекладається в політичний вплив. Не принижуючи ролі первинних груп або міжособистісної взаємодії, автори запропонували потік політичного впливу, що підкреслює різні соціальні чинники. Середовище, як вони стверджували, впливає на формування соціальних прихильностей, які, в свою чергу, впливають на політичні сприйняття, впливаючи тим самим на політичну поведінку. Це пояснення референтної групи спирається на соціальний контекст, але воно представляє собою значне відхилення від пояснень на основі первинних груп і близької соціальної взаємодії [Langton K. P., Rapoport R. Social-Structure, Social-Context, and Partisan Mobilization – Urban Workers in Chile // Comparative Political Studies. – 1975. – № 8(3). – Р. 318–344]. Аргумент референтної групи передбачає, принаймні опосередковано, що соціальний контекст і первинна взаємодія групи можуть бути впливовими навіть якщо їх зміст, здавалося б, аполітичний, навіть якщо ніхто не обговорює політику. Соціальний контекст впливає на політичну лояльність і поведінку, що впливають на соціальну лояльність, на яких ці політичні дії і переваги засновані. Крім того, вплив соціального контексту на соціальну і політичну лояльність може бути реалізовано іншими способами, ніж взаємодія первинної групи. Повсякденні і безособові взає-

модії в контексті також можуть бути впливовими, якщо вони зачіпають соціальну лояльність, ідентифікацію і порівняння.

Пояснення референтної групи показує, що потенціал контекстного впливу виходить за рамки політичних дискусій з друзями. "Коли аполітичні чоловіки і жінки роблять покупки магазин в місцевому супермаркеті, стоять у черзі в місцевому поштовому відділенні, сидять в черзі на місцевій бензоколонці, косять газони, прогулюються в себе в районі, або ж залучені в інших повсякденних справах, вони також досвідно переживають форми випадкового спілкування з політично важливі наслідками. Люди, які часто стикаються з робітниками схильні, наприклад, розвивати ідеї про робітничий клас, і будують свою власну соціальну лояльність, ідентичності та перспективи у відповідності до цього" [*Huckfeldt R. R. Politics in context: assimilation and conflict in urban neighborhoods.* – N. Y. : Agston Press, 1986. – P. 21].

Ці контекстуально зумовлені соціальні відносини мають важливе значення для політичного вибору, навіть серед антигромадських, аполітичних людей. Соціальний контекст околиць може бути важливим навіть для людей, які не схильні обговорювати політику з близькими друзями, і навіть є соціально ізольованими людьми, які не мають друзів.

Ґрунтуючись на цих спостереженнях, можуть бути розроблені рамки для аналізу того, яким чином люди асимілюються соціальними групами в межах їх районів:

- По-перше, соціальний контекст околиці є важливим, тому що соціальні контакти людей знаходяться під впливом житлової близькості. Ці соціальні взаємодії включають в себе як безособові, так і міжособистісні взаємодії. Повсякденні взаємодії неминуче виникають серед населення мікрорайону та підтримують формування і обслуговування груп дружби.

- По-друге, обидва типи взаємодій мають важливі наслідки для соціальної ідентичності, лояльності, і порівнянь. Люди оточенні членами групи, швидше за все, дивляться на себе з точки зору цієї групи, і це формування референтної групи має важливі наслідки для політичної поведінки. Люди часто ґрунтують політичні відгуки на сприйнятті соціальних груп, і відношенні цих груп до політики. Таким чином, соціальний склад околиці впливає на політичну поведінку, змінюючи соціальні основи відгуків, в яких корениться поведінка.

- Нарешті, соціальний контекст міського району впливає на політичну лояльність і поведінку в більш прямий спосіб. Велика кількість політичної інформації і вказівок передається через соціальні взаємодії. Таким чином, соціальний контекст околиці створює інформаційний ухил, якщо соціальний склад основної групи відображає соціальний склад районів. Інформаційний ухил може бути також отриманий при випадковій взаємодії: "політичні дискусії не обов'язково повинні мати місце між близькими газонами та автомобілями; навіть випадковий знайомий може виявитися джерелом політичних порад" [*Ibid.* – P. 23].

БРЕНДІНГ В ПОЛІТИЦІ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Будь-яке дослідження поняття "брендінг" повинне починатися з вивчення концепції бренду. Маркетингова література має широкий спектр дефініцій терміну "бренд". Найбільш коректне визначення, таке, що відповідає контексту політичного маркетингу, пропонує М. Скаммелл, для якого "бренд" відноситься до символічного значення, "психологічного представлення" даного продукту [Scammell, M. Political brands and consumer citizens: The rebranding of Tony Blair // *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. – 2007. – № 611(1). – P. 176–192]. Він являє собою "рівень емоційного зв'язку" [Ibidem] або, відповідно до Ж.-Ж. Ламбіна, набір нематеріальних благ, пов'язаних із продуктом. Таким чином, у той час як "продукт" відноситься тільки до ядра вигоди, що отримуються за допомогою покупки [Ibidem], термін "бренд" включає в себе "м'які" аспекти, такі, як емоції або соціальні конотації, що зазнаються під час використання продукту [Lambin J.-J. *Market-driven management: Strategic and operational marketing*. – Basingstoke : Palgrave, 2007].

Приймаючи цю концептуальну різницю між продуктами і брендами, М. Скаммелл описує внутрішню структуру політичного бренду, яка складається з двох елементів, як це передбачено в моделі, що привів Р. Вудс: "граничні умови" бренду являють собою функціональну та економічну цінність, що отримується при покупці продукту. Це, по суті, є продуктом – "жорстка", матеріальна вигода, одержувана споживачем. "Відмінностями бренду" є описані вище "емоційні обгортки" продукту – різні конотації пов'язані з покупкою [Woods R. *Exploring the emotional territory for brands* // *Journal of Consumer Behavior*. – 2004. – № 3(4). – P. 388–403]. Вони можуть бути різних типів: психологічні відмінності бренду апелюють до саморефлексивних можливостей і ціннісних переваг споживачів, соціальні відмінностей бренду відносяться до їх соціалізації або положення в суспільстві і, нарешті, культурні відмінностей бренду – до їх звичаїв і традицій. Хоча ці категорії можуть перетинатися, вони показують, що сприйняття продукту, тобто імідж – може бути пов'язане з різними аспектами життя людини.

Політичний брендінг посилається до діяльності будь-якої організації, спрямованої на створення та зміцнення різних [політичних] іміджів бренду в свідомості споживачів/електорату. Ці заходи пов'язані з фокусуванням ресурсів "на обраних матеріальних і нематеріальних атрибутах для виокремлення бренду привабливим, значимим і переконливим способом для цільової аудиторії" [Grimaldi V. *The fundamentals of branding*. [Electronic source]. – Access mode: http://brandchannel.com/features_effect.asp?pf_id=183]. В цьому процесі, всі фактори, що впливають на сприйняття споживачем продукту – будь то маркетингові комунікації,

поведінка співробітників, або реальний досвід споживання продукту – повинні бути приведені у відповідність до бренду. В теорії маркетингу це називається "бренд інтеграцією" та гарантує те, що "все, що робиться із брендом в певній мірі відображає і сприяє його унікальній ідентичності" [Feldwick P. Brand communications // Brands and Branding / R. Clifton & J. Simmons (Eds.). – London : The Economist, 2003. – P. 127–142].

Слід відзначити три характеристики брендінгу, які можуть бути використані в політичному брендінгу:

1. Оціночні/емоційні наративи: на багатьох ринках сьогодні продаються продукти, чії характеристики, ціни, розподілу та доступності дійсно дуже близько один до одного. Іншими словами, якби це стосувалося тільки для смаку або ціни, різниця між Coca-Cola і Pepsi буде мінімальною. Тільки завдяки бренду навколо обох продуктів пропонуються різні конотації та ідентичності для кожного із цих двох напоїв. Тому, коли варіанти "продукт А працює краще" або "продукт В дешевше", є неефективними, споживачі мають бути забезпечені більш складними стимулами, інтегрованими в бренд. Отже, перша характеристика бренду: зв'язок оцінних, емоційних наративів з урахуванням конкретних груп з метою диференціації ідентичних продуктів.

2. Багатоканальні орієнтації: послідовний, а, отже, ефективний, імідж бренду може бути викликано, якщо атрибути бренду передаються через усі канали зв'язку. Так, наприклад, виробник престижних автомобілів повинен переконатися, що усі (телевізійна, реклама в пресі і масові розсилки) пропонують подібні почуття і конотації, хоча ці три канали задіюють різні органи чуття і досягають аудиторію в різних контекстах. У фрагментованому медіа-середовищі ефективний брендінг функціонує через дисципліноване просування різних атрибутів бренду по всіх каналах [Ibidem].

3. Побудова довіри: Брендінг також означає, що всі види діяльності, у тому числі комунікація, повинні бути спрямовані на отримання та підтримання довіри споживачів. Через зв'язок когерентний імідж участю цінностей і натхнення, бренди давати обіцянки, які підвищують високі очікування з боку споживачів. У свою чергу, вони повинні робити все, що в їх силах, щоб виконати обіцянку. У маркетинговій літературі, послідовність і чесність наводяться в якості ключових факторів, що сприяють виникненню довірчих відносин між споживачами та брендами (Ш. Сміт; С. Хілтон). Бренд, який дає великі обіцянки, але не виконує їх, з часом матиме запламований імідж у свідомості споживачів.

В. В. Петренко, канд. політ. наук, доц., КНУТШ, Київ

ПРОПАГАНДА І ДЕМОКРАТІЯ

Невпинний розвиток у сучасному світі політичних комунікацій супроводжується розширенням та посиленням інформаційних потоків спря-

мованих на суспільство, що з одного боку сприяє поінформованості людей щодо політики, а з іншого, дозволяє не лише формувати і змінювати політичні стереотипи, уявлення людей, але й модифікувати їхню політичну поведінку. При цьому такі зміни можуть носити як відкритий, так і прихований характер, вони можуть набувати форми маніпулятивних сценаріїв, змінювати баланс політичних сил, лобіювати політичні інтереси окремих гравців та приховувати наслідки політичних рішень. В сучасному інформаційному суспільстві, де вплив на свідомість і поведінку людей здійснюється в першу чергу за допомогою інформації, а не фізичної сили, все більше посилюється інтерес до такого давнього і, разом з тим, актуального і для сьогодення явища як політична пропаганда.

Так сталося, що у нашій свідомості склався стереотип, згідно з яким пропаганда сприймається як явище пов'язане з тоталітарними режимами. Пропаганда в першу чергу асоціюється з комуністичним режимом в Радянському Союзі та нацистським режимом в Німеччині. Науковці свого часу приділили досить багато уваги аналізу теоретичних принципів і практичних засобів здійснення радянської та нацистської пропаганд та й загалом виявленню особливостей тоталітарної пропаганди.

А чи існує пропаганда в демократії? Для того щоб дати відповідь на це питання, перш за все потрібно розібратися з розумінням самого терміна "пропаганда". На нашу думку, варто взяти за основу визначення, дане Яковлевою Н. Отже, пропаганда – це комунікативна діяльність, орієнтована на закріплення у свідомості або трансформацію певних установок, переконань, стереотипів цільової аудиторії за допомогою інформаційних та/або маніпулятивних прийомів, технік, методів з метою досягнення поставлених політичних цілей і завдань [Яковлева Н. І. Особливості розуміння сучасної політичної пропаганди // Політологічний вісник : зб. наук. пр. – 2009. – Вип. 44. – С. 308–318].

Отже, чи існує пропаганда в демократії? Чи можна говорити про особливості притаманні пропаганді в демократичних режимах?

По-перше, відповідь на це запитання пов'язана не стільки з наявністю чи відсутністю пропаганди як явища в демократичних режимах, а лежить швидше в площині термінології. Справа в тому, що в другій половині XX ст. розвинуті демократичні країни почали свідомо уникати використання терміна "пропаганда". Оскільки цей термін був дискредитований гітлерівським режимом, а також асоціювався з радянською владою, яка за допомогою пропагандистських методів розповсюджувала свою ідеологію. Відбувалася його підміна іншими близькими поняттями, такими як "інформаційний вплив", "інформаційні операції", "інформаційна війна", "піар" та ін. Проте, від підміни понять суть явища не змінюється. І як би в західних країнах не називався інформаційний вплив, що здійснюється на громадян чи міжнародну спільноту, суть цього впливу є близькою до пропаганди. Класичним прикладом у цьому відношенні є та інформаційна політика, яку проводили США стосовно війни у В'єтнамі [Почепцов Г. Как ведутся тайные войны. Психологичес-

кие операции в современном мире. – Х.: Консум, 2000]. Інформаційні операції, які здійснювали американці, намагаючись довести доцільність і виправданість цієї війни як для власного населення, так і для міжнародного співтовариства, особливо не відрізнялися від пропаганди, яка проводилася Радянським Союзом. Якщо порівняти інформаційне забезпечення В'єтнамської війни у США і Афганської війни в Радянському Союзі, то можна побачити спільність цілей, завдань, методів та засобів такого інформаційного впливу.

Таким чином, відсутність в політичній мові сучасних демократій терміну "пропаганда" – це швидше питання політкоректності, а не проблема відсутності самого явища пропаганди.

Аналізуючи питання співвідношення пропаганди і демократії, також потрібно звернути увагу на той факт, що раніше пануючою була думка, згідно з якою пропаганда розглядалася переважно як засіб поширення та популяризації ідеології. В сучасних же умовах акценти змінилися і сьогодні пропаганда сприймається вже як самостійний феномен. У XIX столітті пропаганда була засобом поширення ідеології, а в наступному столітті – ситуація стала протилежною, тобто ідеологія поступово будується навколо дій, запланованих пропагандою. Така тенденція виникає з тієї причини, що пропаганда вже не підпорядковується ідеології, не ставить своєю метою її поширення [Яковлева Н. І. Політична пропаганда як складова політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук. – К., 2010].

В сучасному суспільстві у сфері пропаганди відбуваються суттєві зміни, пов'язані з переходом світової спільноти до стадії інформаційного суспільства. Вдосконалення засобів комунікації, збільшення потоків інформації і можливостей доступу до них, мобільність аудиторій, глобалізаційні процеси, відкритість кордонів є причинами трансформації пропаганди. Сучасна пропаганда, на відміну від пропаганди XX ст., стає все більш універсальною, всепроникною, поліцентричною та деідеологізованою.

Таким чином, пропаганда вже не є прерогативою держави, не пов'язана з розповсюдженням певних ідеологічних принципів. Вона здійснюється багатьма суб'єктами політичного життя суспільства і служить різним цілям. Сучасні демократії активно використовують її як один із засобів політичної комунікації.

М. О. Призгілей, асп., КНУТШ, Київ
pri-mary@yandex.ru

ОСНОВНІ ЗАСАДИ УЧАСТІ ГРОМАДЯН В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ

Для того, щоб забезпечити реалізацію демократичних стандартів громадської участі, держава має створити певні умови для активної участі громадян у виробленні державної політики. Відповідно необхідно виробити ефективні механізми інформування громадян про дія-

льність органів влади, тим самим сприяючи її участі у виробленні, обговоренні та прийнятті загальнодержавних рішень, а також у здійсненні контролю за їх практичною реалізацією.

Залучення громадян до участі у прийнятті загальнодержавних рішень має будуватися на відповідних принципах [Громадська участь у творенні та здійсненні державної політики / Уклад.: Е. А. Афонін, Л. В. Гонюкова, Р. В. Войтович. – К., 2005].

Однією з головних засад та передумов активної участі громадян у політичних процесах є налагодження діалогу між владою і громадськістю та побудова партнерських відносин між ними. Ефективний діалог з громадськістю дає можливість вивчити думки різних верств населення, на основі чого забезпечується визначення головних напрямків, цілей та діяльності влади згідно з інтересами громадян.

Однак взаємодія, діалог з громадськістю не можуть бути ефективними без чітко визначених соціально значущих цілей. Важливо, щоб проголошена мета політики влади відповідала цілям та інтересам громадськості в цілому, що, у свою чергу, спростить вироблення прийомів співпраці між владою та громадськістю. Звернення до спільних цілей може стати індикатором, за допомогою якого всі учасники громадського діалогу оцінюватимуть дії інших сторін, а також їх відповідність задекларованим цілям.

Мета діалогу влади і громадськості має чітко визначати перспективи їх взаємодії та відповідно втілюватися в формі конкретних завдань і зобов'язань – зрозумілих і здійснених, виконання яких можна і треба оцінювати. Мета не може зводитися просто до узгодження майбутнього проекту з громадськістю, вона повинна показувати, наскільки цей проект реально відповідає інтересам громадськості.

Основоположним принципом участі громадян у процесі розробки та прийняття політичних рішень є принцип довіри влади до пересічних громадян. Взаємодія, побудована на принципі діалогічності та партнерства, має сприяти виробленню у громадян власної ініціативи, громадської відповідальності та громадського контролю за діяльністю влади. Громадяни мають усвідомити, що саме вони виступають реальними суб'єктами прийняття відповідних політичних рішень, а отже – творять державну політику, реалізують її та контролюють.

Принцип відкритості та прозорості влади полягає в тому, що інформація стосовно процесу прийняття державних рішень має бути донесена до представників різних соціальних груп, до всіх зацікавлених у її отриманні учасників процесу розроблення та прийняття рішень. Першочерговим завданням постає пошук норм регулювання прозорості процедур прийняття державно-політичних рішень та можливостей якнайповнішої участі громадян для контролю за їх реалізацією.

Одним з факторів забезпечення відкритості та прозорості налагодження діалогу між владою і громадянами є різні форми інформування, яке спрямоване на вивчення суспільної думки, ставлення та очікувань громадськості з метою моніторингу відповідних змін; отримання консу-

льтації від громадськості; виявлення можливих наслідків реалізації політичних рішень; запобігання конфліктам і непорозумінню між владою та громадськістю та ін.

Крім того, необхідною умовою реалізації принципу відкритості та прозорості влади є його нормативно-правове втілення.

Нерозривно пов'язаний з попередніми принцип об'єктивності. Неправдива, викривлена інформація може суттєво підірвати довіру населення до влади. Натомість об'єктивно оцінена ситуація, ретельно підібрана аргументація здатні заздалегідь пригасити проблеми, що можуть виникнути, коли певні дії владних структур зачіпають інтереси окремих соціальних груп.

Одним з важливих принципів залучення громадян до розроблення, прийняття та контролю за виконанням політичних рішень є принцип координованості дій. Оцінка пропозицій громадян не повинні бути суперечливими. Такі випадки знижують довіру населення і взагалі до будь-якої інформації, пропозицій, аргументів, і до джерела інформації, яким пересічний громадянин вважає не конкретну офіційну особу, а орган влади, який вона представляє.

Дотримання названих принципів, правильно організований зворотний зв'язок допомагають налагодити ефективну роботу із залучення громадськості, спонукають до гнучкості, дають змогу своєчасно і швидко реагувати на потреби кожної з соціальних груп, спільними зусиллями досягати поставленої мети [Рада та громада (або як залучити громадян до місцевого самоврядування). – К. : Академпрес, 2003. – С. 19–24].

Важливим моментом організації взаємодії з громадськістю є також альтернативність обговорення практичних аспектів розв'язання відповідних проблем, з якого випливає досягнення зворотного зв'язку, адже якщо результати обговорень не знаходять відображення у практичній діяльності, то й поставленої мети не буде досягнуто.

Отже, підсумовуючи, можна зауважити, що ефективні форми участі громадян у процесі прийняття політичних рішень є результатом налагодження відкритого, побудованого на засадах партнерства діалогу влади та громадянина. Це, у свою чергу, забезпечує реальне представництво інтересів громадян в органах влади і продуктивний контроль громадськості за діями влади.

***В. А. Рухлік, ст. викл., КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ
rychlick@ukr.net***

PR В КРИЗОВИХ СИТУАЦІЯХ

Слово "криза" стало невід'ємним елементом сучасної не тільки української, а й світової соціально-політичної лексики, в зв'язку з цим, дана тема набуває особливої актуальності.

Особливе значення паблік рілейшнз має в кризових ситуаціях, коли потрібно негайно й ефективно застосувати засоби, адекватні ситуації. Цей вид паблік рілейшнз ще називають екстремальним.

Кризова ситуація – це подія, яка сталася і яку вже не змінити, отже, треба негайно розпочати "лікування" інформаційного подання події, оскільки таке інформаційне подання розвивається у незалежній від підприємства площині. Щоб скерувати уявлення громадськості події, дотримуються певних рекомендацій щодо діяльності паблік рілейшнз у цей скрутний для підприємства час. Швидким реагуванням на подію перешкоджають виникненню негативних чутток, з якими важко боротися.

Кризи бувають найрізноманітнішими за своїм змістом та формами, проте завданням фахівців з паблік рілейшнз є запобігання цим кризам, зменшення або усунення найнебезпечніших їх наслідків. На відміну від усіх інших, соціальні кризи в більшості випадків піддаються певному передбаченню та дають змогу керувати їх перебігом. Оскільки соціальні кризи, як правило, спричиняються діяльністю людського фактора, вони мають багато спільного.

Існує кілька видів криз, які мають певні особливості. Перший вид – це раптова криза, тобто така, яку ніхто не очікував, і тому немає часу на підготовку і планування відповідних заходів. Другий – це криза, що наростає поступово. Нарощуючись від слабкої до сильної, така криза дає час для дослідження, планування і реагування. Третій – слабка і постійна криза, що триває значний період.

У літературі з паблік рілейшнз представлена велика кількість підходів до класифікації криз: руйнівні (катастрофічні наслідки – жертви і руйнування); неруйнівні (несподівані погрози, але втрати відстрочені або відсутні); природні (землетруси, торнадо, урагани, засухи, епідемії); навмисні (акти тероризму, розголошення секретів, умисні чутки, погрози отруєння продуктів); ненавмисні (вибухи, пожежі, аварії, біржові крахи, банкрутства, фінансова криза, проблеми на виробництві).

Також виділяють такі можливі сценарії криз: несподівані кризи – це найжахливіший тип криз, які трапляються настільки раптово і несподівано, що залишається дуже мало або зовсім не буває часу для підготовки і планування; назріваючі кризи, вони дають більше часу для дослідження і планування, але можуть миттєво вибухнути після тривалого процесу; повзучі кризи. Вони можуть тривати місяцями або роками, незважаючи на зусилля керівництва зупинити їх.

Взагалі, кризова ситуація є складною з огляду на кілька моментів. Основна складність кризової ситуації є її новизна, тобто це така нова ситуація, до якої підприємство і його керівництво не підготовлені. Відомо, що людина часто приймає неефективне рішення в нових ситуаціях, стрес утруднює розробку і прийняття правильного рішення. Якщо основним правилом роботи в кризовій ситуації є попередня підготовка до кризи, то криза перестає бути новою і несподіваною. Ще однією складністю кризи є її динамізм. Криза – це подія, під час якої відчувається дефіцит такого ресурсу, як час. У попередню підготовку "часовий" параметр закладається заздалегідь. До того ж динамічний розвиток ситуації

можна перемогти або значно знешкодити тільки динамічною поведінкою людей, які беруть участь у ліквідації кризи.

Розвиток майже всіх кризових ситуацій відбувається за подібним сценарієм: загострення і поглиблення суперечностей; передкриза; кульмінація; вихід із кризи.

Ідентифікація, управління кризовими ситуаціями, подолання їх є полем безпосередньої діяльності ПР-служб і ПР-фахівців. Та передусім вони повинні займатися попередженням кризових ситуацій, реалізуючи з цією метою відповідну систему заходів, яка охоплює: аналіз іміджу фірми (організації) шляхом з'ясування думок про неї у представників різних верств суспільства; розроблення разом із керівництвом стратегії протидії кризам (аналіз технічних, економічних аспектів діяльності фірми (організації); виявлення несприятливого впливу на стан фірми (організації) з боку партнерів і конкурентів; вироблення пропозицій, спрямованих на вирішення конкретних проблем; складання плану дій у разі виникнення непередбачених ситуацій; складання кошторису витрат, необхідних для реалізації запропонованих заходів); реалізацію ПР-програм через налагодження комунікацій із загальними та ключовими аудиторіями.

Подолання кризової ситуації неможливе без таких заходів: вироблення узгодженої політики залучених до цієї роботи осіб, структур, організацій, органів влади; консультації з юристами про різні аспекти подій; врахування правових норм, традицій і ментальності значущих, впливових аудиторій; вивчення і врахування думок громадськості; надання достовірної і відкритої інформації; створення належних умов для роботи журналістів і одержання ними інформації; функціонування надійних систем поширення інформації.

Роботу щодо подолання кризи необхідно починати в момент її виникнення, оскільки запізніле або неефективне інформування породжує чутки, різноманітні необ'єктивні версії, інтерпретації, які згодом доведеться коментувати, спростовувати, що створюватиме додаткові труднощі.

У кризових ситуаціях часто виникають різноманітні чутки, з'являються відомості, вірогідність яких не встановлена. Вони можуть стихійно народжуватися у певному середовищі, іноді їх спеціально поширюють конкуренти, недоброзичливці, противники (на війні) з метою дезінформації, нанесення збитків об'єктові чуток. Здебільшого вони відіграють руйнівну роль, оскільки навіть реалістична інформація з часом деформується під впливом безлічі факторів (індивідуальне розуміння проблеми, рівень освіченості, особливості пам'яті, здатність до сприйняття та інтерпретації інформації, особисті інтереси тощо). Найпродуктивнішим засобом у боротьбі з ними є своєчасне, вичерпне і точне інформування.

Загалом ПР-служби, ПР-фахівці, менеджмент повинні розглядати кризу як резерв для подальшого розвитку і нових успіхів, поштовх для розкриття і реалізації всіх ресурсів, можливостей фірми (організації).

АНАЛІЗ ПОЛІТИКИ – ВІДНОСНО САМОСТІЙНА ПІДГАЛУЗЬ ПОЛІТИЧНОГО АНАЛІЗУ

Актуальність дослідження співвідношення політичного аналізу і аналізу політики як теоретико-прикладних, політико-управлінських наукових дисциплін обумовлено тим, що на сьогодні в розумінні і трактовці предметних полів цих дисциплін, серед дослідників немає єдності. Так, характеризуючи місце і роль політичного аналізу і аналізу політики в дослідженні процесу підготовки, прийняття і реалізації політичних рішень і програм, одні вчені вважають, що зрештою якісний аналіз політики зводиться до політичного аналізу" [Рибкало В. А., Валецький О. Л., Кальниш Ю. Г. Політична аналітика та прогнозування : навчальний посібник. – К. : Вид-во УАДУ. – 2002. – С. 18], а інші, навпаки стверджують, що, в окремих аспектах політичний аналіз є складником аналізу політики (як і соціальний чи економічний аналіз) [Тертичка В. Аналіз державної політики і політологія // Політичний менеджмент. – 2004. – № 6. – С. 9; Теремко В. В. Аналіз політики як чинник демократичної трансформації сучасного суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук. – К., 2011. – С. 6].

Наша точка зору в цьому питанні, як вже випливає з самої назви доповіді, зводиться до наступного висновку: хоча експертно-аналітичний процес підготовки, прийняття та реалізації політичних рішень та програм і оптимізується за допомогою експертних методів і процедур, тобто аналізом політики, проте його предмет дослідження лише відносно самостійний і може бути не чим іншим, як своєрідним варіантом вираження предметної сутності політичного аналізу. Але в цій, як було вже показано, непростій ситуації, яка склалася, в зацікавленого в вирішенні даної проблеми дослідника, також можуть виникнути сумніви відносно методологічної обґрунтованості підходу, який нами пропонується в рішенні проблеми сутності і співвідношення предметного поля політичного аналізу і аналізу політики як теоретико-прикладних, політико-управлінських наукових дисциплін. І, насамперед, так чи інакше, може виникнути цілком законічне, в даному випадку, питання: а як бути тоді, запитає зацікавлений дослідник, з давно відомими всім істинами, що предмети різних наук (в даному випадку політичного аналізу і аналізу політики) не можуть співпадати, що кожна самостійна наука повинна мати і свій окремий предмет дослідження?. Відповідаючи на поставлені питання, зауважимо, що по-перше, відносна самостійність предмету дослідження "аналізу політики" в межах предметної сутності "політичного аналізу" обумовлена тим, що політична наука *генетично* запрограмована на те, щоб представники галузей другого покоління, що відокремились від неї (а аналіз політики, по відношенню до політичного аналізу таким і є) говорили між собою різними мовами і сиділи, по образному виразу Г. Алмонда, за "різ-

ними столиками". До того ж, ці столики стоять *далеко один від одного*, оскільки розташовані в *прикордонних* з іншими дисциплінами зонах величезного простору, який ще не освоєний політичною наукою [Доган М. Политическая наука и другие социальные науки // Политическая наука: новые направления / Пер. с англ. М. М. Гурвиц, А. Л. Демчук, Т. В. Якушева ; науч. ред. Е. Б. Шестопал. – М. : Вече, 1999. – С. 141].

По-друге, як справедливо зауважує класик теорії маркетингу Річард Багоцці, предмет наукової дисципліни або будь-яке подібне поняття не можуть слугувати підставою для їх розрізнення. Ми зайняті, справедливо відзначає він, не стільки певними предметами, скільки певними проблемами. Проблеми ж ці можуть виходити за межі тих чи інших дисциплін [Багоцци Р. Маркетинг как обмен // Классика маркетинга / сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. – СПб. : Питер, 2001. – С. 57].

По-третє, як показав проведений нами аналіз фахової політологічної літератури, така точка зору має прямий стосунок і до характеристики вченими предметної сутності "аналізу політики", чому яскраво свідчать висновки відомих фахівців в цій галузі знання – А. Вілдавські та П. Мюллера. Так, А. Вілдавські зазначає, що "Аналіз політики" – це *прикладна підгалузь*, зміст якої *не можна визначити дисциплінарними межами*, а лише тим, що стосується часу й природи *проблеми*" (підкр. авт.) [Wildavsky A. Speaking the truth to power: The Art and Craft of Policy Analysis. – Boston : Little, Brown, 1979. – P. 15]. А П. Мюллер, в свою чергу зазначає, що "аналіз публічної політики знаходиться на перехресті вже розроблених знань, у яких він запозичує свої основні поняття" [Muller P. Les politiques publiques. – Paris : Presses Universitaires de France, 1990. – P. 3].

Таким чином, сутність "політичного аналізу" і "аналізу політики" як базових політико-управлінських, наукових дисциплін, визначається не стільки жорстко окресленими кордонами предмету їх дослідження, скільки проблемою, яку вони досліджують. Такою загальною, ключовою для обох дисциплін проблемою є експертно-аналітичний процес підготовки, прийняття і реалізації політичних рішень і програм. І ця загальна, ключова для обох дисциплін проблема "розмиває" їх кордони і, відповідно, робить предмет дослідження аналізу політики *лише відносно самостійним* в межах предметної сутності політичного аналізу. Більш того, статус аналізу політики як політико – управлінської підгалузі політичного аналізу, обумовлений самою природою методів і процедур, які використовуються в експертно-аналітичному процесі. З точки зору їх природної сутності вони знаходяться в нерозривній єдності – одні методи і процедури – кількісні – тісніше пов'язані з *аналітичною* діяльністю, а другі – якісні – з *синтезуючою* діяльністю суб'єктів політичної аналітики. І їхня цілісна єдність забезпечується не тільки загальною процедурно-функціональною стратегічною метою – підготовкою, прийняттям і реалізацією політичного рішення, але й логікою самого наукового процесу пізнання як такого.

КУЛЬТУРОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Сучасний етап розвитку цивілізації характеризується збільшеною потужністю інформаційних і комунікаційних технологій, що є глобальною інформаційною революцією, яка за своїми масштабами і наслідками у багато разів перевершує промислову революцію XIX в. і науково-технічну революцію середини XX в. Під впливом процесів інформатизації, що відбуваються в суспільстві, зазнають зміни всі сфери життєдіяльності. Для людини майбутнього інформаційного суспільства єдність світу виявляється вже не ідеологічною абстракцією, а фактом повсякденного життя.

Зауважимо, що протягом всієї історії людства, по-перше, відбувалося становлення і розвиток інформаційного суспільного розвитку; по-друге, мав місце процес історичного розвитку правосвідомості людини; по-третє, ці історичні лінії розвитку людства яскраво перетинаються в умовах сучасної інформаційно-комп'ютерної революції і глобального інформаційного суспільства. Тому формування цих ліній в єдиний ґносеологічний комплекс є природною позицією для філософсько-політологічного погляду на проблему, розкриваючи евристичні його можливості.

В Україні загальну проблематику інформаційного суспільства розроблюють: Будя О. П., Дзьобань О. П., Лях В. В., Нечитайло В. М., Журба С., Пазенок В. С., Любимий Я. В, Райда К. Ю., Федорченко В. К., Йосипенко О. М., Соболев О. М., Фоменко Н. А., та інші. Проблеми віртуальних властивостей інформаційного суспільства розроблюються Нікітіним Л. М., Смеричевським Е. Ф., Говоруновим А. В., Івановим Д. В., Носовим М. А., Опенковим М. Ю., Генісаретським О. І., Гаріфулінін Р. Ф. та ін. Дослідницьку літературу, що здійснила вплив на формування загальної ідеї, структуру і методологію дисертації, представлено роботами В. Є. Пилипенка, В. А. Піддубного, В. М. Князева, В. А. Рижка, В. І. Куценка, В. Г. Кремня, М. М. Мокляка, Ю. І. Левади, Ю. В. Осічнюка, О. О. Ручки, В. І. Шинкарука, Л. В. Сохань, Г. В. Гребенькова, Л. М. Нікітіна, І. О. Ялі, І. Т. Паська, Т. О. Андреевої, В. Г. Попова, М. І. Сушинського.

Не дивлячись на досить обширну літературу, багато проблем концептуального осмислення динаміки розвитку сучасного інформаційного суспільства, перш за все, формування його культури, залишаються недостатньо розробленими.

Ознака інформаційного суспільства – утвердження культу знань, усвідомлення того, що жодну серйозну економічну, соціальну, технічну задачу не можна успішно вирішити без переробки значних об'ємів інформації. Окремі ознаки, риси, характеристики інформаційного суспільства виявляються вже сьогодні.

Інформаційне суспільство – це:

- суспільство нового типу, породжене новою глобальною соціальною революцією (вибуховим розвитком і конвергенцією інформаційних і

комунікаційних технологій), надає соціальним і культурним аспектам життя не менше значення, чим матеріальним і економічним, що формує нове глобальне бачення світу. Новий етап означає зміна стилю і способу життя;

- суспільство знання ("інфосфера"), в якому головною умовою благополуччя кожної людини і кожної держави стає знання, отримане завдяки безперешкодному доступу до інформації і уміння працювати з нею; рівень добробуту залежатиме від освіти; відбудеться різке збільшення нової категорії працівників – інтелектуальних службовців, кількість яких перевершить число працівників, зайнятих в промисловому і сільськогосподарському виробництві; ядром соціальної організації, головним соціальним інститутом стане університет як центр виробництва, переробки і накопичення знання. Вогнище соціальних конфліктів переміщається з економічної сфери в сферу культури. Виникає новий вигляд власності – на інформацію;

- глобальне суспільство, в якому, в якому обмін інформацією не матиме ні часових, ні просторових, ні політичних меж; яке з одного боку сприяє взаємопроникненню культур, а з іншого – відкриває кожному співтовариству нові можливості для самоідентифікації;

- суспільство, обернене не в минуле, а в майбутнє, засноване на різноманітті. Спадкоємність є базою для старої концепції культури. Основною цінністю колишньої концепції культури вважалася традиція. Сучасна концепція культури заснована на різноманітті, синкретизм став її ідеалом.

Формування молодого покоління відбувається сьогодні в умовах швидкозмінного світу. Разом з наново вибудовуваною культурою економічних і соціальних відносин важливою частиною загальної освіти людини стає інформаційна культура. Завдяки стрімкому розвитку комп'ютерних технологій стає реальністю те, що здавалося неймовірним кілька років тому: люди різних країн мають доступ до найрізноманітнішої інформації в будь-якій точці планети, обмінюються інформацією один з одним і навіть спілкуються в реальному режимі часу.

Тривалий час в дослідженнях інформаційно-комунікаційних технологій, що призвели за собою революційні зміни на світовому ринку, основний акцент робився в основному на необхідності вдосконалення засобів отримання, обробки і розповсюдження інформації і результатах їх використання в економічній сфері, але в результаті усвідомлення того, що якісний стрибок в розвитку інформаційних технологій породив нову глобальну соціальну революцію, що нітрохи не поступається революціям минулого за силою своєї дії на людське суспільство, почали активно вивчатися гуманітарні аспекти формування нового суспільства.

Останніми роками пильну увагу дослідників почали привертати освітні аспекти формування інформаційного суспільства. Вони пов'язані, перш за все, з аналізом проблем інформаційного суспільства як суспільства "навчаються", оскільки для всіх його членів зростає потреба постійного під-

вищення кваліфікації, оновлення знань, освоєння нового виду діяльності. Становлення інформаційного суспільства зажадало забезпечити адекватність освіти динамічним змінам, що відбуваються в природі і суспільстві, всьому навколишньому людину середовищу, збільшеному об'єму інформації, стрімкому розвитку нових інформаційних технологій.

Разом з тим, у даний час ще спостерігається недооцінка ролі культурологічного дослідження процесу інформатизації суспільства в цілому і системи освіти, зокрема. Тим часом, саме культурологічна складова є головним елементом цього процесу. Інформатизація суспільства почалася саме у сфері культури – ученими і інженерами. Стан культурного потенціала суспільства визначає темпи і характер інформатизації. Соціальні зміни отримують, в основному, культурну мотивацію. Культура прогресуючим чином переймає функцію двигуна суспільного розвитку.

Т. В. Семигіна, канд. філос. наук, докторант, НаУКМА, Київ
tetyanasemigina@gmail.com

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ОХОРОНА ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я

Сучасні процеси глобалізації відзначаються строкатістю та нестабільністю. Вони дістають неоднозначне теоретичне тлумачення, що призвело до формування низки глобалізаційних теорій, зокрема глобальної системи (Е. Гідденс, Л. Склер), глобальної соціальності (У. Бек, Р. Робертсон, Г. Терборн), детеріоризації соціального (А. Аппадурі, М. Уотерс), у межах яких тлумачаться особливості перебігу різновимірних процесів глобалізації. Науковці відзначають, що контекст глобалізації потребує врахування, з одного боку, ієрархічності структурних рівнів глобальної системи, яка визначає таку особливість системних об'єктів, як детермінація самих рівнів, а, з іншого, діалектичності взаємовпливів різних рівнів. Так, у 1990-х британський соціолог З. Бауман наголошував на дихотомічності процесів глобалізації та локалізації, неминучості процесів світового синтезу та фрагментації політичної влади і політичних процесів [Бауман З. Глокализация, или кому глобализация, а кому локализация // Социология. – 2000. – № 1].

Такі особливості сучасних глобалізаційних процесів знаходять відображення не тільки у сфері економічної чи політичної інтеграції, а у формування та впровадженні секторних політик, зокрема, у сфері охорони здоров'я.

Мета цієї публікації полягає у визначенні впливів глобалізаційних процесів на детермінанти здоров'я та політику охорони здоров'я.

Розгортання економічної та політичної глобалізації висунуло на порядок денний політики питання щодо механізмів перерозподілу суспільних ресурсів. Це зумовило ухвалення у багатьох країнах політичних рішень щодо зменшення державних витрат на соціальну сферу, зокрема й охорону здоров'я, а також втручання держави. При цьому в політич-

ному дискурсі наголос роблять як на економії фінансових ресурсів, так і заохоченні приватних ініціатив, посиленні уваги до ролі ринкових механізмів у сфері охорони здоров'я. Загалом, як зауважує корейський вчений С. Квон, завдяки глобалізації стали вищими вимоги щодо економічної ефективності системи охорони здоров'я. За оцінками цього науковця, глобалізація впливає на політику охорони здоров'я у трьох напрямках: 1) непрямий, опосередкований вплив на сферу охорони здоров'я через економічну політику і світову економічну кризу; 2) прямий, безпосередній вплив на реформу охорони здоров'я через запозичення політичних інновацій та досвіду інших країн; 3) потенційний вплив через тиск приватизації, через зміну бачення щодо ролі та відповідальності держави [Kwon S. Globalization and Health Policy in Korea // *Global Social Policy*. – 2002. – Vol. 2(3). – P. 279–294].

З-поміж інших глобалізаційних процесів, які мають вплив на сферу охорони громадського здоров'я, можна виділити наступні:

- швидке поширення інфекційних захворювань: достатньо кількох годин для того, аби нова інфекція, яка з'явилася в одному регіоні світу, викликала надзвичайну ситуацію на іншому кінці планети;
- глобальні екологічні загрози (наприклад, виснаження озонового прошарку, викликане використанням аерозолів в одних країнах, може збільшити ризик захворювання раком шкіри в інших);
- транснаціональне переміщення людей (щороку внаслідок війни, екологічної кризи або нестабільної економічної ситуації переміщуються мільйони людей, що сприяє розповсюдженню інфекцій та хвороб);
- обсяги торгівлі тютюновими виробами зростають у зв'язку з масштабними маркетинговими компаніями (за прогнозами, кількість щорічних смертей внаслідок вживання тютюнових виробів до 2050 року сягне 12 мільйонів);
- обіг наркотиків став інтенсивнішим (обсяги незаконного вживання наркотиків за останні 20 років збільшились у 10 разів);
- нові технології в медицині та виробництві продуктів харчування (виникнення генної інженерії, і поява в продуктах харчування генетично модифікованих організмів) [Брико Н. И. Глобализация и эпидемический процесс // *Эпидемиология*. – 2010. – Т. 1. – С. 20–29; Frenk J., Gómez-Dantés O., McGuinness M. J., Knaul F. The future of world health: The new world order and international health // *British Medical Journal*. – 1997. – Vol. 314. [Electronic source]. – Access mode: <http://bmj.com/content/314/7091/1404.full>].

З іншого боку, глобалізація як процес взаємопроникнення та взаємозалежності ринків і соціокультурних спільнот призвела до активізації наднаціональних утворень та міжурядових організацій, створила реальні можливості для інтеграції міжнародних зусиль у протидії епідеміям ВІЛ/СНІДу, туберкульозу, гепатиту, малярії тощо. До вагомих міжнародних ініціатив у сфері охорони здоров'я можна віднести створення Глобального Фонду для боротьби зі СНІДом, туберкульозом та малярією. Успішна програма імунізації під егідою ЮНІСЕФ дала змогу попередити поліомієліт та інші хвороби у мільйонів дітей.

Однак протидія глобальним епідеміям – це сфера діяльності не лише наднаціональних держав, а й сфера відповідальності конкретної держави, яка має виробити ефективні стратегії протидії соціально небезпечним хворобам. Такі стратегії повинні, одного боку зважати на національний контекст, структурні чинники насамперед, традиції національної системи охорони здоров'я а, з іншого боку брати до уваги чинники оточення, зокрема виклики глобалізації у сфері та міжнародні зобов'язання країни. Бангкокська Хартія щодо сприяння здоров'ю у глобалізованому світі (ухвалена у 2005 році) визначила, що центральним аспектом глобального та національного розвитку повинні бути партнерство та політика, спрямовані на активізацію громад, покращення здоров'я та досягнення рівності у сфері охорони здоров'я, захист прав людей, які має проблеми зі здоров'ям або уразливих груп, демократизацію процесів ухвалення політичних рішень у сфері охорони здоров'я.

Відтак сучасна політика охорони здоров'я у сфері охорони громадського здоров'я повинна виходити з того, що завдання держави в умовах глобалізації пов'язані з: досягненням ефективного управління галуззю та дотримання взятих на себе міжнародних зобов'язань; гарантії соціального захисту, розширенням загального доступу до послуг з охорони здоров'я; сприяння розвитку місцевих спільнот через передання їм владних повноважень та ресурсів, розширення та зміцнення місцевого потенціалу. Наразі глобальним вимогам притаманна суперечливість: від країни очікується забезпечення справедливого доступу до систем охорони здоров'я та високої якості медичних послуг (що розглядається як інвестиція у людський капітал), а з іншого – скорочення державних витрат на соціальну сферу.

М. О. Солодар, студ., КНУТГШ, Київ
MSolodar@ukr.net

ПСИХОАНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ ПОЛІТИЧНОГО АНАЛІЗУ

Складність та суперечливість політичних процесів робить очевидним той факт, що пояснення їх лише раціональними чинниками не є достатнім. Адже політика є співвідношенням раціонального та ірраціонального [Постригань Г. Ф., Нікіфорова А. Х. Політика як єдність раціонального та ірраціонального // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Філософія. Політологія. – 2008. – Вип. 89–90. – С. 122]. Особливий внесок до вирішення проблеми недостатності обґрунтування політичних процесів раціональними чинниками належить психоаналізу.

Політичним аналізом є сукупність методик, за допомогою яких можливе дослідження конкретних політичних подій та політичної ситуації, створення пропозицій з приводу її можливого розвитку і прийняття компетентних політичних рішень [Симонов К. В. Политический анализ : учебное пособие. – М., 2002. – С. 149]. Для визначення місця психоаналітичних методів у його структурі варто окреслити їх суть та сферу застосування.

Психоаналіз є теорією особистості, що ґрунтується на психологічних теоріях та методах, спрямованих на визначення ролі безсвідомого в життєдіяльності людини. Це створює підґрунтя до аналізу політичного впливу, пропаганди та агітації, формування громадської думки, змін установок та поведінки громадян.

Психоаналітичне розуміння суті феномену мас та вождів ґрунтується на уявленнях про глибинний устрій психіки та моделі людської особистості, один зі структурних елементів якої – Над-я – ототожнюється з суспільними та державними інститутами, їх лідерами. Стаючи членом певного об'єднання, індивід переживає глибокі зміни в психіці: підвищується афективність, він легше підлягає впливу та ін. На думку Фрейда, це відбувається завдяки умовам, що дозволяють усунути витіснення безсвідомих первісних потягів: психоаналізом створена методологія їх раціоналізації, що дозволяє досліджувати особливості окремих масових утворень. Існує ще один механізм емоційного зв'язку: ідентифікація. Суть її полягає у формуванні власного "Я" за зразком іншої людини, котра вважається "ідеалом". З. Фрейд переконаний, що взаємини індивідів у масі є за своєю природою ідентифікацією в силу прив'язаності до вождя. Аналіз ідентифікацій, запропонований представниками даного напрямку, є другим методом, поруч з раціоналізацією, що може використовуватись в політичній практиці для аналізу масової політичної поведінки.

Значним є вклад психоаналізу до вивчення політичного лідерства: мотивів діяльності, особливостей політичної поведінки, стилю прийняття та експертизи політичних рішень. Головними методами дослідження політичного лідерства у психоаналізі є рольовий психоаналіз та створення психоаналітичних портретів політичних лідерів.

Психоаналітичний портрет є способом інтеграції накопичених знань та цілісного опису автентичних психологічних властивостей, якостей та станів особистості політичного діяча. В політологічній практиці використовується як інструмент системної інтерпретації отриманих даних про конкретного політика та опису їх як диференційованого та організованого цілого [*Ракитянський Н. М.* Портретологія влади. – М., 2004. – С. 262]. Рольовий психоаналіз сприяє вивченню стилів прийняття політичних рішень та їхньої експертизи, роботі з політичними образами. Інтерпретування та прогнозування їх подальшої поведінки.

У сфері прогнозування, виявлення, з'ясування суті та вирішення політичних конфліктів і криз представниками психоаналізу було розроблено ряд методів, зокрема концепція "взаємних гарантій", формування "ми"-почуття у сторонін конфлікту, метод раціоналізації несвідомих чинників конфлікту. Важливу роль грає також аналіз феномену виникнення та функціонування феноменів "образу ворога" та "загального ворога". Під час підготовки Кемп-Девідських угод було встановлено, що міжнаціональні конфлікти переважно розвиваються за "параноїдальним" сценарієм, а їх попередження та корекція можливі лише при тривалій соціальній терапії.

Таким чином, роль психоаналізу в структурі політичного аналізу полягає у визначенні ролі безсвідомих чинників політичного процесу та роботі з ними. Сфера застосування методу в дослідженні політичних явищ – аналіз принципів масової політичної поведінки (методи раціоналізації, аналізу ідентифікації), політичного лідерства (методи психоаналітичного портретування, рольового психоаналізу), політичних конфліктів і криз (методи врівноваження Танатосу, раціоналізації, взаємних гарантій). З огляду на це, надзвичайно актуальним є введення до політичної науки здобутків психоаналізу.

А. К. Стельмашов, асп., КНУТШ, Київ
stelmarshov@ukr.net

ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ В МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

Розповсюдження та використання нейромаркетингових технологій є лише питанням часу. Активні спроби використати мозок людини, особливо підсвідомість, у процесі здійснення впливу характерні для новітніх маніпулятивних технологій. Технології політичного нейромаркетингу вже впроваджують і в Україні. Про це свідчить, наприклад, велика кількість телевізійних ток-шоу, в яких не лише публічно розглядають суспільно значущі питання, а й ретельно вивчають динаміку реакції публіки на процес обговорення. У такий спосіб створюється потужна база даних емоційних реакцій, підсвідомих пріоритетів потенційного електорату. Саме для цього організатори цих ток-шоу запрошують на зйомки осіб, які за віком, статтю, соціальним станом, національністю, політичними поглядами є соціополітичним зрізом всієї України. Спираючись на ці дані, політики потенційно можуть за допомогою нейромаркетингу ефективно коригувати свої політичні виступи, імідж, гасла, рішення та позиції.

Нейромаркетинг (грец. Neuron – нерв і англ. market – ринок, збут) – комплекс прийомів, методів та технологій, що формується на перетині економічної теорії, нейробіології, психології та медицини [Бойко О. Д. Політичне маніпулювання : навчальний посібник. – К. : Академвидав, 2010. – С. 348].

Нейромаркетинг є однією з найефективніших сучасних технологій, що ґрунтується на статистичному опрацюванні даних, отриманих у процесі психофізіологічних досліджень. Об'єктом вивчення нейромаркетингу є широкий спектр реакцій у поведінці людини: дослідження змін динаміки пульсу, процесу потовиділення, струмів мозку, рухів зіниць та інших спонтанних реакцій, активно використовується магнітно-резонансне сканування головного мозку.

Практичне застосування нейромаркетингу спрямоване на з'ясування особливостей підсвідомих реакцій на зовнішні подразники людини з метою подальшого використання цієї інформації для потреб політики.

Нейромаркетингові технології дозволяють визначити, як ефективно чинити вплив на реципієнта. Ці технології засновані на двох взаємопов'язаних процесах: збиранні та інтерпретації інформації про мимовільні реакції людини на будь-які особливості та елементи назви, логотипу, поєднання кольорів, аудіосигнали та символи.

Основи концепції нейромаркетингу були закладені вченими Гарвардського університету наприкінці XX ст. Поштовхом до її появи стала гіпотеза, яку підтвердили результати досліджень психологів, про те, що понад 90 % розумової діяльності людини є неусвідомленою і відбувається на рівні підсвідомості. Засновником нейромаркетингу вважають гарвардського професора Джері Залтмена, який не лише розробив загальні методи нового інструменту впливу на окрему людину, а й запатентував спеціальну технологію ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Method – метод отримання метафор Залтмена). ZMET спрямована на вивчення підсвідомих реакцій людини, специфіки емоційного відгуку.

Психологи, нейрофізіологи та спеціалісти з ядерно-магнітно-резонансного сканування мозку Інституту наук про мислення Брайтхаус з Атланти, США розвинули ці дослідження. Розроблений ними наприкінці 2002 року новий метод наслідував ZMET, але з серйозною новацією. Реакцію клієнтів, яких обстежували, фіксували не в процесі бесіди з психологами, а під час сканування та аналізу частин мозку, які активізувалися при цьому.

Такий підхід дав змогу на основі сканувальних знімків достатньо точно встановити приховані пріоритети споживача за специфічною реакцією сфер мозку, що реагують емоційно позитивно чи негативно на певну рекламу [Там само. – С. 350].

Рекламодавців при вивченні реакції людини не цікавить, подобається їй ця реклама чи ні. Набагато важливіше для них встановити, наскільки рекламна продукція ефективна на рівні підсвідомої стимуляції.

Підсвідома реклама насправді набагато ефективніше звичайної реклами, і це доводять результати сканування мозку, тому що вона не дає змоги споживачу їй протистояти. Люди навчені ставитися до всього скептично, але їх підсвідомість легко спокусити тим, що спрямоване на первинні емоційні потреби ['Resistance is futile': Beware of Neuromarketing. [Electronic source]. – Access mode: <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11500>].

Технології нейромаркетингу набувають дедалі більшого поширення в політиці. У праці "Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій" німецький вчений Арндт Трайндл виклав основи та принципи цієї форми маніпулятивного впливу [Трайндл А. Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.rus.ec/b/240093/read#t9>].

Зокрема, чим вища емоційність, тим вища нейронна активність. Відповідно емоційна політична акція завжди матиме більший ефект, ніж надто заорганізована та формальна, оскільки в процесі її легше впливати на підсвідомість людей, використовуючи маніпулятивні технології навіюван-

ня, зараження, екзальтації та поляризації відчуттів, які спричиняють домінування у присутніх емоційного відчуття над логічним мисленням.

Чим вища нейронна активність, тим вища готовність особи до прийняття рішення. Незначна нейронна активність сигналізує про слабку готовність ухвалити рішення. Емоційно нейтральних сюжетів реципієнт навіть не помічає.

Саме тому політики, починаючи свій шлях, намагаються різноманітними методами максимально вплинути на нейронну активність потенційного електорату, тобто, запам'ятатися реципієнтам.

Мотивація, якою керується людина, впливає на первинну оцінку і на остаточне рішення. Дослідження нейромаркетологів підтвердили тезу про те, що вся система емоційного оцінювання, яка визначає, позитивно, негативно чи нейтрально сприймає людина явище, особу чи процес, ґрунтується на мотиваційній структурі людської психіки. Ця структура окреслює пріоритети в комплексі життєво важливих потреб і функцій, регулює діяльність людини. У процесі соціалізації та набуття життєвого досвіду кожна особа формується як неповторна індивідуальність.

Індивіди за своєю мотиваційною структурою та вираженістю мотиву суттєво відрізняються один від одного. Тому вчені враховують, що за дії однакових подразників, людина сприймає інформацію вибірково, залежно від типу емоційної системи. Саме специфіка мотиваційної структури людської психіки і визначає, як емоційна система реагує на подразники зовнішнього світу і впливає на остаточний вибір.

Різні політичні пропозиції викликають неоднакову нейронну активність. Кожна пропозиція асоціюється з певним видом діяльності, забезпеченням певної потреби. У свідомості вибудовуються цілі ланцюги асоціацій, підкріплені емоціями. І чим сильніше поняття закріплене у пам'яті на нейронному рівні, тим вищий потенціал його активізації у свідомості. Вдало обраний позитивний асоціативний ряд є однією з найважливіших умов успіху застосування маніпулятивних технологій.

С. В. Таран, здобувач, КНУТШ, Київ
t_sergiy@yahoo.com

СУЧАСНІ ПІДХОДИ У ЗАХІДНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ДУМЦІ ЩОДО ВИВЧЕННЯ МІЖЕТНІЧНИХ СТОСУНКІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ

У виступі будуть проаналізовані основні теоретичні припущення та методологічні підходи до вивчення проблем міжетнічних стосунків. Особлива увага приділена сучасним західним підходам до вивчення проблеми стосунків між різними етнічними, та, зокрема, етнорегіональними групами. Теоретичні та практичні аспекти вивчення міжетнічних стосунків будуть проаналізовані на прикладі представників **чотирьох провідних течій** західної політичної думки у вивченні питань міжетнічних сто-

сунків – так званих "примордіалізму", політичної психології, конструктивізму та теорії "раціонального вибору", – підходів, які часто дослідники представляють як такі, що суперечать одна одній.

Прикладом примордіалістського підходу до вивчення міжетнічних стосунків є праця Армстронга "Нації перед націоналізмом" [Armstrong J. Nations Before Nationalism. – Chapel Hill : The University of North Carolina Press, 1982]. У своїй праці Армстронг доводить, що етнічна ідентичність формувалася задовго до модернізму і є лише частиною "континууму колективної свідомості", де визначні ролі відігравали релігія та класова ідентифікація. Впродовж історії ці форми ідентичності перетікали одна в одну. Аби вивчити природу міжетнічних стосунків на практиці необхідно, як твердить Армстронг, розуміти, що природа етнічної ідентичності формується через ставлення до інших груп, кордони між якими визначаються "символами" та "міфами". Ці "міфи" та "символи" існують впродовж багатьох століть та продукують певні типи етнічної ідентичності.

Хоча Армстронг своїй праці використовує розлогі історичні паралелі, він не пояснює чому саме етнічна ідентичність виявилась рушійною політичною силою модерних часів та переважила за значимістю класову та релігійну колективну ідентифікацію? Відповіді на це питання прагнуть, зокрема, інші дослідники, яких можна вважати представниками примордіалістської течії. Так, Волкер Коннор у своїх працях доводить, що, на відміну інших типів колективної ідентифікації етнічна ідентифікація будується на уявленні про спільну історію, походження та, головне, "кровну спорідненість" [Connor W. Beyond Reason: The Nature of Ethnonationalist Bond // Connor W. Ethnonationalism: The Quest for Understanding. – Princeton : Princeton University Press, 1994]. Для вивчення міжетнічних стосунків Коннор пропонує досліджувати, окрім "символів", зразки "промов політичних лідерів", "національну поезію", а також вдаватися до методів "експериментальної психології".

Представники іншої течії в західній політології – політичній психології – роблять акцент винятково на методах саме експериментальної психології. Як і представники примордіалізму, вони переконані, що в основі міжетнічних відносин є емоційна спорідненість між членами однієї спільноти. Однак, на відміну від них, вони вважають, що етнічні групи не є "вічними", і що представники етнічних груп можуть змінювати свою етнічну приналежність. Саме на вивченні обставин зміни ідентичності, а також на її наслідках фокусують свою увагу представники політичної психології. Так, зокрема, Мерілін Брювер стверджує, що етнічна ідентичність є результатом двох "суперечливих" психологічних прагнень – "бути такими як всі", і "бути індивідуальними". Внутрішній вибір на конкретній етнічній спільноті досягається, коли настає "оптимальний еквілібріум" між прагненням до асиміляції та окремішності. Якщо баланс між різними етнічними групами ззовні змінюється, то і точка еквілібріуму змінюється, а, відтак, група змінює свою етнічну приналежність [Brewer M. The Social Self: on Being the Same and Different at the Same Time // PSPB.

– 1991. – Vol. 17, № 5]. Брювер ілюструє свою модель на прикладі зміни ідентичності мешканців Гонк Конга у 1993–1997 роках: до передачі Гонк Конга під контроль Китаю більшість мешканців ідентифікували себе як "Гонк Конгівські китайці", аби відрізнитись від "західників", однак як тільки статус було змінено і Китай отримав контроль над Гонк Конгом, більшість "Гонк Конгівських китайців" почали ідентифікувати себе винятково як "гонк конгівці", аби не асимілюватись в китайську більшість – їхня точка еквілібріуму між прагненням бути "як всі" і "бути окремо" була змінена.

Третій підхід у вивченні стосунків між етнічними спільнотами є – "конструктивізм" – спроба осмислити етнічні стосунки крізь призму державних та недержавних інституцій, які створюють для членів спільноти низку стимулів, які і формують ("конструюють") той, чи інший вид етнічної спільноти. Продовжуючи традиції класичної праці Бенедикта Андерсона "Уявні спільноти", сучасні дослідники Дональд Горовіц [Horowitz D. *Ethnic Groups in Conflict*. – Berkeley & Los Angeles : University of California Press, 1995] і Джеппі Гафф [Hough J. *Sociology, the State and Language Politics // Post-Soviet Affairs*. – 1996. – Vol. 12, № 1] досліджують які саме державні інституції є визначальними для формування етнічних спільнот, а також які з цих інституцій є придатними для модерування міжетнічних конфліктів та уникнення негативних наслідків етнорегіоналізму. При цьому, "конструктивісти", на відміну від "примордіалістів" та прихильників політичної психології не виключають раціональної основи у етнічній ідентифікації та стверджують, що індивіди можуть свідомо обирати та змінювати власну етнічну ідентичність.

Нарешті, четвертий популярний підхід в дослідженні міжетнічних відносин – теорія "раціонального вибору" (інструменталістський підхід) – ставить в центр наукового аналізу саме детальне вивчення механізмів свідомої зміни етнічної ідентичності окремих індивідів. Так, зокрема, Девід Лейтін у своїй праці "Ідентичність, яка формується" досліджує як у Естонії, Україні та Казахстані представники етнічної меншості (росіяни) обирають різні моделі інтегрування у місцеві суспільства [Laitin D. *Identity in Formation*. – Ithaca ; London : Cornell University Press, 1998]. Використовуючи математичне моделювання, Лейтін демонструє як представники російськомовної меншості асимілюються у естонське суспільство, відмовляються від асиміляції у Казахстані та обіймають невідзначену позицію в Україні.

...У виступі стверджується, що попри різні підходи у дослідженні міжетнічних відносин між ними не існує фундаментальних суперечностей, якщо взяти до уваги предмет дослідження у кожному з підходів. Оскільки феномен етнічної ідентичності та міжетнічних відносин має чимало важливих аспектів, здобутки та методологія кожної з проаналізованих чотирьох теорій може бути використана для вивчення окремого аспекту. Так, примордіалістські підходи можуть бути використані для вивчення історичного контексту утворення певних етнічних груп, "конструктивізм" – для вивчення інституцій, які

впливають на стосунки між етнічними групами, політична психологія – для вивчення поведінки етнічних груп, а теорія "раціонального вибору" – для вивчення поведінки їхніх лідерів. Дискусія між прибічниками різних теорій, відтак, має точитися не стільки навколо базових припущень щодо природи етнічної ідентичності, скільки щодо конкретизації предмету кожного окремого дослідження.

І. П. Федірко, канд. філос. наук, доц., КНУТШ, Київ

ПОЛІТИЧНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ ТА ЙОГО НАСЛІДКИ

У сучасному політичному житті однією з актуальних проблем стало політичне маніпулювання, яке все активніше використовується різними його учасниками і представляє реальний виклик розвитку демократичному суспільству.

Політичне маніпулювання характеризується в політології як система засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей та цінностей [Політологічний енциклопедичний словник : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. – К. : Генеза, 1997. – С. 191].

Усі дослідники наголошують на складності та багатогранності політичного маніпулювання як соціального явища. Так, російський вчений С. Кара-Мурза, характеризуючи політичне маніпулювання зазначає, що це частина технології влади, сутність якої полягає у програмуванні думок і устремлень мас, їх настроїв і навіть, психологічного стану з метою забезпечення такої їхньої поведінки, яка потрібна тим, хто володіє засобами маніпуляції [Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М., 2001. – С. 141].

Український вчений О. Бойко характеризує політичне маніпулювання як комплекс психологічних, ідеологічних, та організаційних дій, спрямованих на приховане корегування масової свідомості з метою стимулювання суспільної активності у потрібному маніпуляторові напрямі в боротьбі за політичну владу, її захоплення, використання та утримання [Бойко О. Політичне маніпулювання. – К., 2009. – С.9].

Отже, при певній відмінності характеристики політичного маніпулювання, вчені звертають увагу на те, що сутність політичного маніпулювання виявляється у прихованому впливі суб'єкта на об'єкт, спонуканні об'єкта до бажаної поведінки і таких дій, які є корисливими для суб'єкта і здійснюються об'єктом всупереч своїм інтересам і потребам, оскільки такий вплив спрямований на зміну системи його мотивації, пріоритетів і цінностей, які є бажаними для маніпулятора.

Об'єктами політичного маніпулювання можуть бути як окремі індивіди чи невеликі соціальні групи, так і великі соціальні спільноти, нації і народи різних держав, і тоді політичне маніпулювання стає загрозою стабільності й національної безпеки для певних країн і регіонів.

Серед засобів, які активно використовуються в процесі політичного маніпулювання є, насамперед, формування і впровадження в масову

політичну свідомість ідеалізованих іміджів політичних лідерів, партій, політичної влади; нав'язування певних стереотипів поведінки, спрощених уявлень про вирішення актуальних питань соціально-політичного життя; використання різноманітних вербальних і невербальних засобів за допомогою ЗМІ для створення деформованих уявлень про різноманітні сфери життєдіяльності суспільства і таким чином блокування можливості формування реальних уявлень про дійсність і створення ілюзорної системи світосприйняття і соціальних відносин.

У політичному маніпулюванні широко використовуються міфи, стереотипи, ілюзії, ідеї і норми, що мають нейтралізувати критичне ставлення громадян до політики і політичної влади.

Як багатофункціональне соціальне явище, політична маніпуляція виконує певну інформаційну функцію, але вона базується на упередженому і тенденційному ставленні до суспільних процесів, а тому створює неадекватне, ілюзорне інформаційне середовище, яке не може сприяти прийняттю правильних управлінських рішень.

Реалізуючи прагнення здійснити бажаний вплив на суспільні процеси і поведінку громадян, суб'єкти політичного маніпулювання всіляко трансформують мотивацію індивідів і соціальних груп, блокуючи їх соціальну активність, а натомість формується ейфорія і відчуття позитивних змін без дійсних підстав для цього.

Небезпечним для ефективного розвитку суспільства є прагнення політичних сил завдяки політичному маніпулюванню встановити контроль над політичною свідомістю громадян, використовуючи для цього як силові методи, так і різноманітні ілюзорні форми співпраці та координації дій.

У політичному маніпулюванні своєрідно реалізується й регулятивна функція, яка проявляється у підпорядкуванні дій об'єкту маніпулювання бажаним інтересам суб'єкта впливу завдяки дезорієнтації та фальсифікації реальних відносин і процесів.

Як специфічна форма впливу, політичне маніпулювання виконує мобілізаційну функцію, яка пов'язана зі створенням цілого комплексу засобів і ресурсів, спрямованих на бажану для суб'єкта маніпуляції поведінку соціальних спільнот.

Ці та інші функції в політичному маніпулюванні здійснюються його суб'єктами на основі посилення чуттєво-емоційних і зменшенні раціональних складових життєдіяльності. Такі тенденції більшою чи меншою мірою виявляються у всіх типах політичних систем і блокують процеси демократизації суспільства.

Таким чином, політичне маніпулювання є реальним викликом розвитку сучасного суспільства, що потребує розробки і впровадження системи протидії йому, посилення ролі мас-медіа, освіти і культури в отриманні громадянами всебічної об'єктивної інформації і знань для формування наукового світосприйняття і практичної діяльності людини, дійсних завдань і перспектив розвитку суспільства.

РОЛЬ ПОЛІТИЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СТАНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Процеси глобалізації міжнародних відносин ведуть до постійного зростання загальної взаємозалежності та взаємозв'язку суб'єктів та об'єктів міжнародних відносин, зростання значення, розширення та поглиблення транснаціональних відносин, диверсифікації загроз та змін можливих заходів щодо їх попередження та нейтралізації, скорочення сфер виключної компетенції держав у світовій політиці. Важливими характеристиками сучасних міжнародних відносин є посилення боротьби за енергоресурси та транспортно-комунікаційні коридори, а також значне посилення інформаційної парадигми геополітики.

Діючи переважно на регіональному рівні, Україна в постбіполярній системі міжнародних відносин має ціннісно амбівалентний геополітичний статус, який характеризують як потенційні переваги, так і потенційні вади. До переваг належать: більша свобода вибору зовнішньополітичних пріоритетів, визначена етапом становлення незалежності та помірною зовнішніми загрозами суверенітету; відсутність формальних міжнародних обмежень у механізмах прийняття зовнішньополітичних рішень, пов'язаних з участю у наднаціональних утвореннях; статус "вільного агента" у процесі трансформації системи міжнародних відносин, що надавав можливість вибору партнерів та отримання від потенційних партнерів кращих умов партнерства. До вад можна віднести відсутність гарантованої підтримки з боку інших держав; високий ступінь невизначеності перспектив у системі міжнародних відносин; вразливість до силового тиску та дипломатичного шантажу з боку інших держав та міжнародних організацій.

Але незважаючи на значні геополітичні зміни, що відбулися у світіостаннім часом, незмінним залишилося стратегічне розташування України на стику європейської і азійської цивілізацій, що не лише відкриває можливості, а й навіть зобов'язує нашу державу стати комунікаційним ланцюгом, що поєднує Захід і Схід, Північ і Південь. Що ж стосується пошуку пріоритетів розвитку України, то він має відбуватися з орієнтацією на внутрішні геополітичні чинники, адже саме всередині держави, в цінностях й інтересах її народу, а не у зовнішньополітичній кон'юктурі, лежить той "геополітичний код", який визначає призначення держави, пріоритети її політики.

Геополітичне ствердження сучасної України потребує її всебічної модернізації. При цьому, модернізація розуміється як еволюційний перехід країн до якісно вищих стандартів політичного, економічного, соціального, культурного розвитку внаслідок науково-технічного прогресу, соціально-структурних змін, перетворень нормативних та ціннісних систем.

Політична модернізація є важливим чинником перетворення України на суб'єкт геополітики, адже вона адаптує політичну систему країни

до сучасних світових процесів, викликів глобалізації. Основними напрямками демократизації політичної системи в Україні мають стати наступні: ствердження представницького характеру державної влади, що означає делегування громадянами своїх владних повноважень обраній ними особі чи політичному об'єднанню; легітимність влади, тобто її ствердження за рахунок перемоги на періодичних виборах; чіткий та ефективний розподіл гілок влади, незалежність судової системи; плюралізм і конкурентність політичних сил у представленні і висловленні інтересів соціальних груп; дотримання і захист природних та громадянських прав людини будь-якого соціального статусу через функціонування зрілого діючого громадянського суспільства; наявність розвиненої політичної культури суспільства, яка передбачає певні знання й компетентність у сфері політики, емоційні орієнтації щодо політичної системи ("національна гордість"), оціночні орієнтації і політичну активність, участь. Тому існує потреба створення партій нового формату, які б здолали свій провінціалізм, були налаштовані на консолідацію суспільства, а не на дезінтеграцію, які б реалізовували інтереси класів, верств, а не окремих політиків чи бізнесменів

Здійснення належних заходів із всебічної політичної модернізації України, основною суттю яких буде справжня демократизація суспільства, дасть можливість проводити широкі реформи в інших сферах, зокрема, в економічній і культурній. Модернізація передбачає еволюційний перехід від суспільства, що втратило матеріальні й духовні потенції для динамічного саморозвитку, до прогресивного соціального ладу.

Кожна країна має свої особливості, тож і процес модернізації відбувається по-різному, хоча виконує одні і ті ж самі функції в кожному суспільстві. Особливе місце займає розгляд ціннісних засад політичної модернізації перехідних суспільств, де значною є роль держави і всієї політичної системи для забезпечення мобілізації ресурсів, реалізації запропонованих перетворень швидкими темпами. Важливим в сучасному процесі модернізації є здатність ефективно відповідати на виклики глобалізації.

Політична модернізація не може здійснюватись за відсутності ефективно діючої незалежної судової системи, а також без зростання загального рівня правової та політичної культури населення України, яка сприятиме досягненню високого ступеню політичної освіченості населення, що дозволить людям робити свідомий ціннісно визначений вибір. Однією зі складових політичної модернізації і, у той же час, передумовою розвитку політичної культури є культурна секуляризація, яка полягає в раціоналізації політичного мислення і політичної діяльності індивіда, переході його від ірраціональних факторів політичної поведінки до переважно раціональних настанов у формуванні політичних ціннісних позицій.

Історичний досвід розвитку провідних країн засвідчує, що політична система може бути модернізована через формування зрілого громадянського суспільства, зниження ступеня відчуження між владою і суспільством. Активне й незалежне громадянське суспільство – важливий чин-

ник на всіх стадіях процесу демократизації; лише зріле громадянське суспільство здатне контролювати дії влади та ефективно обстоювати права громадян.

Важливою для модернізації українського суспільства, його демократизації є відповідна ефективна інформаційна політика держави. Подолати залежність ЗМІ можливо лише шляхом створення економічних передумов діяльності представників мас-медіа, їх самоокупності, створення прозорих схем оплати праці журналістів. Необхідне підвищення професійного рівня журналістів та керівників ЗМІ.

Здійснення належних заходів із всебічної політичної модернізації України, основною ціннісною суттю яких буде справжня демократизація суспільства, дасть можливість проводити широкі реформи в інших сферах, зокрема, в економічній і культурній.

В. А. Федорчук, здобувач, КНУТШ, Київ

ПІДХОДИ ДО ВИЯВЛЕННЯ ТИПОЛОГІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО КОМПРОМІСУ

Компроміс в політиці (лат. "compromissum" – угода) – свідомо укладена політична угода між протилежними політичними силами (партіями, організаціями, державами), що виражають інтереси різних верств населення. Політичні компроміси – невід’ємна складова демократичної політичної системи, основний засіб розв’язання політичних проблем і конфліктів. Якщо суспільство недемократичне, то політичний устрій прагне до тотального усунення супротивника. У демократичному суспільстві перемагає за самим характером є політичною, її результати частково відповідають інтересам супротивника, і тому вона більшою чи меншою мірою є компромісом. Тому компроміс є необхідною, важливою складовою, певним виміром культури суб’єкта саме демократичної держави і суспільства.

В умовах розвитку української політичної системи, коли в наявності безліч політичних партій, суспільно-політичних організацій і рухів, коли кожен суб’єкт намагається всіма засобами позначити власну політичну нішу, позиціонуючи себе й не помічаючи собі подібних, прагнення до компромісів – єдино правильний шлях подолання виникаючих політичних конфліктів. Поза компромісами досягти стабільності й порядку в українському суспільстві, державі неможливо. І не випадково науковці ототожнюють його з ефективною стабільністю, рівновагою, спадкоємністю, збалансованою соціальною структурою, політичною демократією.

Дослідженням політичного компромісу присвятили свої наукові праці такі вітчизняні вчені: В. Бабкін, Г. Бернацький, М. Козюбра, В. Малахов, М. Марченко, В. Нерсисян, Н. Оніщенко, Л. Петрова, В. Тацій, В. Тимошенко, П. Рабінович, В. Селіванов, М. Цвіх та ін. Питання, пов’язані з проблемою реалізації правових норм у ході залагодження конфліктів і досягнення компромісу, вивчали С. Алексєєв, С. Братусь, Н. Вітрук,

Г. Гойман, В. Казимирчук, В. Лазарєв, Л. Макаренко, П. Недбайло, А. Піголкін, Ю. Решетов та ін.

Однак у сучасній Україні принцип компромісу ще не знайшов необхідного практичного втілення. Аналіз наукової літератури свідчить, що проблеми політичного компромісу не повною мірою досліджені з погляду їхньої системної, комплексного значення в забезпеченні стабільності політичної системи і продуктивності практики державотворення. Все це підкреслює важливість й теоретико-практичну актуальність вивчення сутності політичного компромісу, що власне, й визначає мету наведеної наукової розвідки.

Відразу почнемо із того, що слід розрізняти два види політичних компромісів: 1) вимушені, такі, що виникають під тиском об'єктивних і суб'єктивних політичних умов і інтересів; 2) добровільні, такі, що укладаються з взаємною вигодою для двох або більш політичних сил.

Цікавим, на наш погляд, є критерії виявлення *типології* політичного компромісу, які можна вважати й досить умовними.

1. *Компроміс як рятівна альтернатива*. Тобто, це ситуація, за якої компромісна угода означає вирішальний прорив у врегулюванні найгостріших суперечностей суспільного розвитку, які в супротивному випадку могли б вирішитися катастрофічно для окремих країн або цивілізації. Наприклад, створення антигітлерівської коаліції за часів Другої світової війни, коли непримиренні ідеологічні супротивники опинилися в одному таборі перед обличчям міжнародної небезпеки, що виходила від нацизму. Даний вид політичного компромісу однозначно оцінюється позитивно, особливо сьогодні, із огляду на глобальні проблеми, які загрожують загибеллю людству. Наприклад, проблеми енергетична, міжнародного тероризму, кліматична, екологічна, тощо, які вимагають зусиль щодо їх розв'язання усього світового товариства.

2. *Компроміс як політичний оптимум* – результат ініціативи, прояву політичної волі для досягнення угоди і єдності в головному. Мається на увазі така політична ситуація, коли ще є можливість прийняти найбільш безболісного рішення для всіх суб'єктів політики. Прикладом такого компромісу можна вважати створення Сполучених Штатів Америки та прийняття американської Конституції, в певному розумінні – утворення Європейського Союзу. В першому випадку цей компроміс не розв'язав всіх існуючих на той час проблем (рабство, різниця між розвитком Півдня і Півночі), але заклав основи стабільності і майбутнього процвітання американського суспільства. В другому випадку історична практика показала, що Європейський Союз – також не розв'язав всіх нагальних соціально-економічних проблем країн-членів, попри безумовні його досягнення в економічній та соціально-культурних сферах.

3. *Компроміс як тактичний прийом*. Найяскравіший приклад – "мюнхенська змова" (1938 р.) й пакт "Молотова-Ріббентропа" (1939 р.). Останній гарантував нейтралітет Радянського Союзу в конфлікті Третього Рейху з Польщею та країнами Заходу, та давав можливість пове-

рення Радянським Союзом втрачених Росією в Першій світовій війні територій, а також певний час для підняття військової могутності. Як тактичний прийом, даний компроміс може мати позитивний характер. Чим більш складна і заплутана політична ситуація, чим проблематичніше виглядає раціональне розв'язання кризи, тим доречніше тактичні компроміси з боку конструктивних сил.

4. *Компроміс як засіб консервації суперечностей* – може існувати в умовах, коли нові тенденції політичного життя розростаються і посилюються, погрожуючи порушити існуючий баланс влади й політичні сили, зацікавлені в його збереженні. Ці сили прагнуть будь-якою ціною зберегти основи свого панівного існування від ліквідації або навіть реформування. А завдання опозиції полягає у висуванні вимог, найкращим при цьому є, звичайно, укладення компромісів, що забезпечують роздільну здатність, а не консервацію реальних суперечностей. Прикладом може служити територіальна суперечка – між Україною та Румунією щодо острова Зміїний. Румунія наполягає на тому, що шельф острова можна використовувати спільно. Україна активно розбудовує острів, аби використовувати його самостійно. У той час, як українські політики вже почали говорити про те, що у разі втрати Тузли за ланцюговою реакцією може бути втрата Зміїного, у Румунії звертають увагу на те, що суперечки щодо островів вирішуються у принципово різний спосіб. Насправді проблемою у розподілі Чорноморського шельфу між Україною та Румунією є не острів Зміїний, а його юридичний статус.

Таким чином, можна з упевненістю сказати, що більшість рішень, прийнятих за демократичною процедурою, є результатом компромісу. Саме спосіб прийняття політичних рішень багато в чому є істотною характеристикою того політичного режиму, який наявний у державі. Політичний компроміс – це компроміс (угода) політичних еліт, лідерів, соціальних груп з питань владарювання на основі поступок до принципово складових питань; при укладанні компромісного рішення в політиці головну роль грають не цінності, яких абстрактно дотримуються політики, а кроки, які вони готові зробити, тобто готовність до поступок. Політичний компроміс – паліативний засіб для недопущення виходу соціально – політичного протиріччя, кризи в стадію насильницьких дій.

М. І. Хилько, д-р філос. наук, проф., КНУТШ, Київ

СПОЖИВАЦТВО – ГОЛОВНА ВАДА ЕКОНОМІЧНОЇ ФІЛОСОФІЇ Й ЕКОЛОГІЧНОЇ РУЙНАЦІЇ

У всьому світі досить активно відбувається переорієнтація від настанови на "прискорення" науково-технічного прогресу до ідеології "виживання". На конференції ООН з довкілля та розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.) всебічно обговорювалася проблема повороту нашої цивілізації на шлях розвитку, на якому людина буде змушена "вгамувати свій гонор та спожи-

вацький егоїзм" і відшукати ефективні засоби існування у злагоді з природою. Об'єктивна залежність траєкторії розвитку людства від стану природного довкілля була визнана одностайно всіма учасниками Конференції.

По суті, це означає, що на перший план виходить пошук засобів розв'язання суперечностей між економічним поступом і збереженням довкілля, досягнення повної збалансованості між цими сферами. Ігнорування цієї єдності, забуття того, що не тільки виробництво, а й сама природа є основою людської життєдіяльності – одна з носієологічних і діяльнісних причин екокризи, що настає. Ось чому теза про сутнісну єдність економіки і екології, або як вона реалізується у виробництві чи в інших формах діяльності людей, є разом з тим наріжним каменем, на якому будуватиметься вирішення проблем навколишнього середовища.

Необхідно виправити ті вади економічної філософії, які індустріально розвинені країни спочатку легітимізували, а потім заохочували екологічну руйнацію. Йдеться про безумовну зміну економічних орієнтирів – за допомогою яких наша цивілізація – або, в крайньому разі, основна і зростаюча її частина, яка пов'язана з ринковою економікою, – оцінює свої рішення. Глибока соціальна й екологічна криза сучасної цивілізації виникла головним чином з вини є самої людини. Ініційована вона нею в ім'я досягнення своїх приватних, вузькоутилітарних цілей і задоволення будь-якою ціною своїх всезростаючих потреб, із-за чого життя на Землі і само існування людства опинилось під загрозою. Споживацьке ставлення до природи призводить до її руйнації. Тому є очевидним, що "шлях сучасної цивілізації, що спирається на індустрію і неупинний економічний розвиток, є хибним. На ньому принципово неможливо досягти усталеного розвитку, якби ми не вдосконалювали систему природокористування. Ідучи по ньому, ми назавжди приречені йти за подіями і марно намагатися виправити наслідки наших власних руйнівних дій" [Кисельов М. М., Крисаченко В. С., Гардашук Т. В. Методологія екологічного синтезу. – К., 1995. – С. 23].

Не слід думати, що суто споживацьке ставлення до природи властиве лише представникам так званого цивілізованого світу. Хижацьке руйнування природи було завжди. Л. Гумільов стверджує: "І в більш ранні часи серед інших народів простежується таке ж споживацьке ставлення до природи з такими самими сумними наслідками. За 15 тисяч років до нашої ери на Землі не було пустель, а тепер, куди не глянь – пустеля. А будь-яка пустеля – це наслідок загибелі природи в результаті діяльності людини, яка уявляє себе її царем" [Гумилёв Л. Н. География этноса в исторический период. – Л., 1990. – С. 201]. Відмінність сучасної епохи полягає в тому, що нині принцип корисності має глобальний характер, на відміну від локального у попередніх епохах.

Система всезагальної корисності – це та субстанційна основа, що об'єднує докупи всі часткові й особливі прояви людської цивілізації. У розвинених країнах нині живе всього 13 % населення земної кулі, а його частка в забрудненні й руйнуванні природи становить 70 %. Такою

є ціна високого рівня життя. Одна з відмінностей сучасного суспільства полягає в тому, що людина вже так жорстоко не експлуатується як в інші епохи. Експлуатація ж природи стала ще більшою, по суті, граничною. У нерозвинених країнах і тих, що розвиваються, ставлення до природи таке саме – корисливе і руйнівне [Філософія ноосфери / Булатов та ін. – К., 1995. – С. 26].

Таким чином, гонитва за технічними та економічними показниками є загальнопланетарною тенденцією. Як справедливо зазначає М. Кисельов, скрізь "багатства живої природи, кращі здібності людини приносяться в жертву досягненню "високого життєвого рівня". Все буття людини, її ментальність і система цінностей поставлені виключно в економічну площину. В результаті складається досить абсурдна ситуація: прибутки зростають, підвищується нібито рівень життя, а стан навколишнього середовища і самопочуття людей стають дедалі гіршими. Гонитва за прибутками дається взнаки навіть у сфері екології: охорона природи розглядається як збереження ресурсів для промисловості, а охорона того чи іншого виду ставиться в залежність від того, наскільки він є корисним" [Кисельов М. М., Крисаченко В. С., Гардашук Т. В. Методологія екологічного синтезу. – К., 1995. – С. 23]. Усе це свідчить про те, що людство є хворим на іпохондрію. "Воно настільки сильно стурбоване своїм економічним станом, що втратило здатність лишатися здоровим" [Экологическая онтология. – М. ; Бостон, 1992. – С. 47]. Разом з тим слід відзначити, що наслідки руйнування людиною природи наступили не відразу, а згідно відомому принципу віддаленості подій лише тоді, коли збіднів видовий склад біосфери і в значній мірі вичерпались компенсаційні можливості її восьми буферних систем – радіаційних поясів Землі, магнітосфери, озонового шару, атмосфери, ґрунтів, лісів, океанів і генофонду біосфери.

Проте споживацтво не слід плутати зі споживанням – задоволенням потреб, які відповідають внутрішній природі людини і без яких саме життя людини неможливе. Споживацтво – це переважна спрямованість споживання на шкоду духовному життю, причому – нерідко пов'язане із задоволенням псевдопотреб. Останні можуть бути двох видів: які перевищують реальні потреби, і такі, що замінюють їх (часто із-за неможливості задовольнити справжні) і мають свою внутрішню й зовнішню детермінанти. Одні пов'язані зі штучним формуванням потреб, інші – мають переважно психологічні властивості, хоча ті й інші кореняться в соціальній дисгармонії. А це додатковий соціальний тягар, який накладається на природу.

В. П. Хомрач, асп., КНУТШ, Київ
homrach@rambler.ru

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ТРАНЗИТНИХ КРАЇНАХ

Проблема формування національної ідентичності в транзитних країнах обумовлена специфікою політичного транзиту в них, а саме перехі-

дним характером суспільно-політичних процесів, котрі можна назвати одними з ключових в сучасній світовій політиці.

Пострадянські держави стали носіями особливої моделі етнополітичної трансформації і національно-державної ідентифікації, як і раніше включає в себе **загальне** – радянську і дорадянську історію (територію, мову, психологію), і **особливе** – свою конфігурацію національних інтересів і зовнішньополітичних орієнтирів в новій незалежній державі [Подолянская А. О. Этнополитическая трансформация Беларуси и Украины сквозь призму миграций // Полис. – 2010. – № 2. – С. 54–63]. Формується нова національна ідентичність, що включає в себе усвідомлення своєї країни як частини всього світу, а не тільки пострадянського простору.

Розглядаючи феномен національної ідентичності, вчені зосереджують свою увагу на різноманітних аспектах, котрі пізніше знайшли своє оформлення в окремих підходах. До основних можна віднести: **примордіальний, модерністський та постнекласичний або конструктивістський**.

Зупинимось на представниках конструктивістського (інструментального) і примордіалістських підходів, котрі по-різному розглядають поняття національної ідентичності, в тому числі, її вплив на трансформаційні процеси в пострадянському просторі. З точки зору конструктивістського підходу, нація є штучним конструктом, продуктом суспільної свідомості, сформованого в період модернізації, індустріалізації та розвитку капіталізму. Не нація формує кордони держави, а держава межі нації, національна ідентичність неорганічно дозріває в процесі історичного розвитку, як стверджують представники примордіалізму, а штучно стимулюється державою [Нации и государство (современные зарубежные исследования). – М., 1994]. На думку А. Здравомислова, насправді, для того, щоб люди могли відчутти себе приналежними до певної національної спільноти, повинна бути виконана колосальна робота: встановлені законні межі і визначено геополітичне розташування даної нації по відношенню до інших народів, розроблена певна політика в галузі державної мови, створена система уявлень про історичне минуле народу [Здравомыслов А. Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. – 2-е изд. – М. : Аспект Пресс, 1999].

Дійсно, після розпаду СРСР на першому етапі державного будівництва молоді пострадянські республіки були зайняті питаннями конструювання основ своєї державності, вирішенням економічних і соціальних проблем, кадровими перестановками у владі, ліквідацією територіальних конфліктів і т. д. Проте, на даний час, в пострадянських республіках все більше уваги приділяється формуванню державного курсу країни крізь призму національної ідентичності, більш активно піднімається питання про вибір шляху розвитку, формування національної ідеї, національної самоідентифікації нації і держави.

Таким чином, сьогодні багато авторів говорять про рівність примордіалізму в умовах глобалізації [Семененко И. С. Дилеммы национальной идентичности: политические риски и социальные приобретения

// Полис. – 2009. – № 6. – С. 1, 2]. Що підтверджує тезу Е. Сміта: "нація – це не стан, а процес" [Сміт Е. Національна ідентичність. – К. : Основи, 1994].

В кожному новому поколінні відбувається "реінтерпритація" нації, її переосмислення, а значить, переосмислення національних інтересів, національної ідеї, політики. Саме з національної ідентичності, за висловом С. Хантінгтона, формуються національні інтереси, і, отже, політичний курс країни. Такі процеси найбільш характерні для перехідних суспільств і трансформаційних держав, якими є пострадянські країни.

Такі наднаціональні утворення спричинюють трансформацію національних ідентичностей, втручаючись у соціокультурну сферу державчленів, так як здійснюють власні напрямки політики ідентичності (освітню, культурну, інформаційну тощо).

Таким чином, на місці колишнього Радянського Союзу виникла абсолютно нова система, що включає в себе елементи, які ніколи раніше не входили до складу СРСР. Особливо виразно ця тенденція проявляється на прикладі інтеграційних об'єднань. Істотний вплив на політичні процеси на пострадянському просторі мають і зовнішні чинники. Ряд держав виступають за багатовекторну інтеграцію у світове співтовариство. Безумовно, республіки колишнього Радянського Союзу, стали частиною глобальної світової системи, хоча ступінь їх інтегрованості у політичній та економічній сферах різна [Здравомыслов А. Г. Межнациональные конфликты в постсоветском пространстве. – 2-е изд. – М. : Аспект Пресс, 1999].

Таким чином, національна ідентичність в нових незалежних державах формується на тлі широкого національного руху, в рамках якого відбувається переоцінка національних інтересів, територіально-політичних статусів, ідеології, історії країни, культурноцивілізаційної та геополітичної орієнтації, що, в цілому, впливає на трансформаційні процеси в колишніх радянських республіках і на формування нового пострадянського простору.

Л. М. Червінська, асп., КНУТШ, Київ
Ludis9@ukr.net

"ПОЛІТИЗАЦІЯ" І "ПОЛІТИЧНІСТЬ" МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В період глобалізації міграційні процеси стають невід'ємною складовою політичних процесів. Цю тенденцію підмітили політологи С. Каслз та М. Міллер у праці "Століття міграції": "Ніколи міжнародна міграція не була настільки проникаючою як з соціально-економічного, так і політичного погляду, ніколи раніше державні діячі не приділяли стільки уваги проблемам міграції, ніколи раніше міжнародна міграція так сильно не впливала на безпеку держави і ніколи не була настільки пов'язаною з конфліктами і безладом у глобальному масштабі, як сьогодні" [Castles S., Miller M. J. The age of migration : international population movements in the modern world. – N. Y. : Guilford Press, 1993]. За таких умов з одного боку

спостерігається політизація міграційних процесів, а з іншого політичні процеси в значній мірі детермінуються міграційними хвилями.

Проблема політизації міжнародної міграції почала розроблятися науковцями лише від середини 80-р. XX століття, а в країнах СНД і в Україні – ще пізніше.

Серед представників, які на сьогодні активно досліджують дану проблему можна виокремити К. Козловські, Ю. Єфімова, У. Рууд, Дж. Холіфілда, Т. Чекан, Б. Юськіва.

Під "політизацією" міграційного процесу російська дослідниця Т. Чекан розуміє набуття феноменом міграції домінуючої ролі в ситуації конституювання, інституціоналізації, трансформації політичної реальності як суспільства, що приймає, так і того, що "віддає" мігрантів [Чекан Т. А. Миграция как угроза безопасности региона (на примере Европейского Союза) // Материалы 54-й научно-методологической конференции. – Ставрополь : Ставролит, 2009. – С. 215–217].

Політизація міграційних процесів – це переведення усвідомлених соціальною групою проблем у політичні гасла і програми, які вимагають участі у розподілі влади і реалізації їх [Юськів Б. М. Глобалізація і трудова міграція в Європі : монографія. – Рівне : видавець О. М. Зень, 2009]. Тобто політизація міграційного процесу як феномен глобалізованого світу проявляється у виникненні внаслідок суб'єктивної діяльності соціальних груп мігрантів або окремих представників, пов'язаних з реалізацією ними стратегічних чи тактичних завдань, своїх політичних інтересів в умовах існуючих або змінних владно-ієрархічних відносин у політичній, соціальній, економічній, духовно-культурній сфері суспільства, що приймає. До них можна віднести: рівень соціальної напруженості, рівень конфліктності, політична активність, політична стабільність, соціальна неупорядкованість.

Політизація міграційних процесів також виявляється у бажанні мігрантів агрегувати свої соціально-економічні, політичні та культурні інтереси через створення нових політичних партій і рухів або вступаючи в уже існуючі. А зростання політичної активності і політичної культури мігрантів надає їм можливість відстоювати власні інтереси.

Однією із складових проблеми "політизації" міграційних процесів є питання "політичності" міграції. Досить часто дане питання або залишається без відповіді серед дослідників або трактується досить вузько. Так, наприклад К. Козловські вважає, що політичні проблеми, пов'язані з міграцією, можуть бути двох видів: проблеми *sensu stricto*, тобто ті, що безпосередньо пов'язані із владою і які є наслідком певних політичних рішень, і проблеми, які за своєю природою не є політичними, але які загалом відіграють щораз більшу роль у суспільстві [Kozłowski K. Współczesne migracje jako źródło konfliktów politycznych // Migracje międzynarodowe a modernizacja systemu politycznego i społecznego : Materiał z XIII Konferencji Naukowej Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, 12 stycznia 2007. – Warszawa : Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 2008. – S. 47–60].

Політолог Дж. Холліфілд вказує на те, що в центр аналізу будь-яких політичних явищ, які пов'язані із міжнародною міграцією, дослідники ставили і продовжують ставити державу. Відповідно до даного твердження, Ю. Єфімов вважає, що міграція в політологічному розумінні – це зміни політичної реальності держави або регіону під впливом соціальних переміщень населення або його частини за межі держави або адміністративної межі на відносно тривалий строк [Єфімов Ю. Г. Политическая миграциология: миграционные процессы в контексте политологических проблем. – М. : АНМИ, 2005].

На думку інших науковців, ключем до розуміння "політичності" міжнародної міграції є протиставлення міжнаціональних переміщень національному характеру сучасної держави.

Найбільш повним є визначення українського дослідника Б. Юськіва: ""Політичність" міграції – встановлення суб'єктно-об'єктних політичних зв'язків між міжнародною міграцією та політичними системами національних держав походження і прийому мігрантів, а також політичними системами міжнаціонального та глобального рівня" [Юськів Б. М. Глобалізація і трудова міграція в Європі : монографія. – Рівне: видавець О. М. Зень, 2009]. Адже дійсно, міграція не належить до жодного з видів політичної діяльності, вона лише може бути пов'язана з політичною діяльністю в тому розумінні, що спричиняється певними політичними діями або напакі викликає політичні дії, впроваджує політику в життя.

Отже, поняття "політизація" та "політичність" дають змогу логічно вписати міграційні процеси в діяльність політичної системи суспільства, а також дозволяють досить повноцінно моделювати участь міграційних процесів в політичному функціонуванні суспільства.

***Т. В. Черненко, канд. філос. наук,
НІСД при Президентові України, Київ***

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ: АНАЛІЗ СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ДОСВІДУ

Проголошений Президентом України курс реформ для модернізації нашої країни вимагає чіткого бачення стратегічної перспективи України та розробки цілої низки тактичних завдань, спрямованих на реалізацію окресленої мети – утвердити національну конкурентоспроможність, забезпечити стійкий соціально-економічний розвиток і високі стандарти життя громадян. В умовах стрімкої глобальної трансформації світу одними з ключових завдань державної влади у сфері внутрішньополітичної безпеки є подолання диспропорцій у соціально-гуманітарній сфері за рахунок створення економічних і соціальних умов для зростання народжуваності, обмеження відтоку населення за кордон та забезпечення відповідності ринку освітніх послуг перспективним потребам суспільства і держави у трудових ресурсах необхідної кваліфікації. В першу чергу, ці завдання стосуються саме проблем соціалізації молоді в Україні.

Численні соціопитування молоді, як правило, фіксують критичне сприйняття сучасного життя в Україні та скептичну налаштованість до можливості швидких та якісних змін власної долі. Головними проблемами молодих українців є труднощі у працевлаштуванні та відсутність можливостей самореалізації. Зокрема, у рейтингу нагальних проблем саме проблема працевлаштування є найбільш актуальною для нашої молоді (64,5 % опитаних). 58,4 % серед опитуваних молодих людей стурбовані поширенням у середовищі однолітків алкоголізму, на третє місце потрапила проблема наркозалежності – 43,6 %. Необхідно зауважити, що все перелічене є "верхівкою айсберга" невіршених питань, які стають на заваді успішній соціалізації молоді. Спектр їх набагато ширший, вони пов'язані між собою, стають підґрунтям для виникнення нових викликів для українського суспільства.

Коли криза вражає ринок праці, особливо страждають окремі категорії населення, зокрема, молодь та жінки. Ця загальна для всіх країн світу тенденція підтверджується з 2008 р. щорічно. Зневірені та розчаровані ситуацією молоді люди залишаються поза межами ринку праці. Експерти називають цю ситуацію "бомбою сповільненої дії", бо саме ця молодь має забезпечувати фінансування пенсій та надати додаткові можливості своїм країнам подолати руйнівні наслідки світової економічної кризи. Більш того, втрачені надії на можливість побудови нормального майбуття для себе призводять до масштабних масових протестів, як це вже відбувається у Великобританії, Греції, Франції, Іспанії та низці арабських країн.

Стабільне зростання безробіття серед молоді характерне навіть для економічно розвинених країн світу. Наприклад, кількість безробітних серед молоді віком від 16 до 24 років у Великій Британії на початок 2011 р. досягла рекордної для цієї країни відмітки і склала 20,5 %. Масові заворушення, за якими з острахом спостерігав увесь світ у серпні 2011 р., виникли у тому числі й через скорочення допомоги з безробіття, субсидій на молодіжні центри та соціальні служби. За оцінками соціологів, майже третина учасників цих подій була саме емігрантська **молодь**.

Занедбана останніми десятиріччями робота у напрямі профорієнтації молоді вже сьогодні гостро поставила питання про нестачу певних фахівців, наприклад медпрацівників середньої ланки, зварювальників, інженерів, тощо. Натомість, наявна надмірна кількість дипломованих юристів та економістів, якість знань яких ставлять під сумнів роботодавці. У полеміці про тривалість навчання у середній школі, у щорічних проблемах зі зміною навчальних планів та програм, змінами у правилах вступу до вищих навчальних закладів (ВНЗ) майже поза увагою лишилось питання профорієнтаційного визначення, що мало б відбуватися ще під час навчання у школі. Повернення до широко вживаної за часів існування СРСР практики так званих "учбово-виробничих комбінатів" дало б можливість старшокласникам, у разі небажання або ж неможливості з тих чи інших причин навчатись у ВНЗ, вже по закінченні середньоосвітнього закладу мати професію, яка була б затребувана на ринку праці, приносила користь і суспільству, і молодій людині.

Станом на сьогоднішній день кількість задоволених системою освіти в Україні залишається у порівнянні з іншими країнами світу рекордно низькою.

Невирішене питання фінансової автономії ВНЗ перешкоджає поліпшенню якості надання освітніх послуг, незважаючи на щорічне зростання плати за навчання. Більш того, політична складова у вирішенні питання про розподіл місць на навчання бюджетним коштом у 2011 р. стала приводом для студентських протестів. Непрозорий підхід до розподілу за ВНЗ бюджетних місць порушує соціальні гарантії молоді на отримання освіти, знижує можливість залучення талановитих юнаків та дівчат до якісної освіти в Україні в той час, коли навчання у британських університетах стає дешевшим (за матеріалами часопису "Guardian", з цього року щонайменше 12 вищих навчальних закладів Великої Британії планують суттєво зменшити вартість навчання для студентів) відсутність на державному рівні системи розподілу молоді за робочими місцями після закінчення навчання призвела до ситуації, коли велика кількість носіїв інноваційного потенціалу – спеціалістів, на підготовку яких держава витратила величезні кошти, не знаходять собі застосування у власній країні. **Лише 29,1 % українських студентів влаштовує життя в Україні.**

Сучасні умови, в яких українські молоді громадяни будують свої долі, навіть у порівнянні із старшими поколіннями, можна назвати екстремальними. Криза самовизначення у молодіжному середовищі та неможливість самореалізації може мати для держави та українського суспільства незворотні наслідки. Запобігти цьому можливо завдяки постійній увазі до проблем молоді з боку держави.

А. В. Черноус, асп., КНУТШ, Київ
nutka21@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОНТРМІФІВ У ПОЛІТИЦІ

Міф є засобом боротьби різних суспільних і політичних груп, спрямованих на утвердження і збереження власної системи цінностей, насамперед духовних. При цьому міф може спрямовуватися не лише проти внутрішнього, а й проти зовнішнього супротивника, як в суто прагматичних цілях, так і для утвердження своєї державної та національної повноцінності. В основі таких міфів лежить здебільшого апеляція до престижних давніх історичних прикладів і зразків.

Оскільки політика пов'язана з міфологічними сутичками, суперечностями, які організовують люди, причетні до створення міфів, то постійно відбувається боротьба за збереження свого міфу і проводиться робота зі знищення конкуруючого міфу. За будь-яких обставин "свій" міф має бути домінуючим, а "чужий" треба розвінчати, зробити недейсним, переконати маси в його оманливості, а то й шкідливості, що зумовлено існуючими соціальними виразками і суперечностями.

Найкраща стратегія боротьби з "чужим" міфом – його десакралізація, виявлення або приписування егоїстичних інтересів. Під час такої боротьби за опонентом іноді ніхто і ніщо не стоїть, оскільки його міф може бути або злісною вигадкою, або помилкою, мета якої – дискредитувати існуючий міф.

У період наростання раціоналізації в суспільстві політичний міф послаблюється. Але у зв'язку з тим, що міфи не можуть зникнути до кінця, основним методом їх руйнування таки слід визнати їх витіснення іншими міфами – контрміфами. Отже, для боротьби з політичними міфами суперників існують певні технології їх руйнування. Для введення політичних міфів у масову свідомість розробляються і використовуються спеціальні технології, до яких, зокрема, належать методи поширення міфу ("магічні" слова, метафори, ритуали та ін.), створення віртуальної реальності, введення міфосюжетів, що доповнюють наявну інформацію, створення політичних культів, систем посвячення, інформаційних ієрархій, запускання чуток тощо. У разі введення політичного міфу в масову свідомість, у потрібний момент можна активізувати його вплив, спиратись на нього, здійснювати політичне маніпулювання з метою впливу на масову свідомість громадян.

Найпотужним контрміфом є сучасна політична публіцистика, яка сформувала свою особливу реальність і свої "закони жанру". Злостивість і непристойності в цьому "жанрі" націлені на висміяння, опошлення будь-якої політичної концепції, будь-якого політичного діяча. Політична реальність у сучасній українській публіцистиці зведена до того рівня, на якому вона і досягається, а значить – включена у власний міфічний порядок речей.

Контрміф може будуватися за тими ж канонами, що і звичайний політичний міф. Найбільш потужні результати дає такий контрміф, який створюється на основі трансформованого дубліката вже відомого міфу. Тим самим за відомим міфом як би виявляється справжній зміст та імітується прозріння, відкриття, причетність до досі невідомого.

Отже, сучасний контрміф – завжди спрощена і спотворена копія якогось іншого міфу, проти якого, часто, контрміф і спрямований.

О. Ю. Шавардова, здобувач, КНУТШ, Київ

ПОЛІТИЧНА МОВА І ДИСКУРС В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ

Політична мова і дискурс стали предметом особливої уваги політологів саме у той період, коли політична комунікація набула рис засобу маніпулювання свідомістю. Політичну комунікацію розглядають науковці як поняття широке, на базі якого й реалізується політичний дискурс. Саме термін "публічна сфера" дає змогу описувати реальний перебіг взаємодії (зокрема і мовленнєвий дискурс) влади і громадянського суспільства. При наявній відмінності трактування цього поняття, існує інва-

ріантне розуміння його змісту: публічна сфера це та галузь (сфера, простір), у рамках якої реалізуються відносини між громадянським суспільством як системою здебільшого горизонтально вибудованих структур, які слугують для формування та захисту групових інтересів, і політичною владою, її юридичними, силовими й адміністративними інститутами. Іншими словами, публічна сфера – це простір, де перетинаються й перехрещуються устремління інститутів влади, з одного боку, та інтересів, очікувань і сподівань громадянського суспільства – з іншого. Розвинена публічна сфера є ознакою відкритого суспільства, в її просторі формується і удосконалюється політична мова, обговорюються наріжні питання суспільного розвитку.

Політичний дискурс українського суспільства має характерні ознаки, притаманні перехідному чи транзитному суспільству. Успадкований від радянських часів, надмір держави в усіх сферах життя, тобто підміна публічної сфери інституційно-організованою ("цілераціональною") дією на основі різних типів примусу, – у тому числі і маніпулятивними формами примусу, – знаходить своє відображення на різних рівнях. У цьому сенсі відбувається процес самоструктурації дискурсивних практик, що представлені засобами масової комунікації. Традиційно засоби масової комунікації (газети, радіо, телебачення) у демократичному суспільстві являють собою корелят громадянського суспільства, яке висловлює себе в публічній сфері вільно й без огляду на "вказівки" з боку владних суб'єктів. В громадянському суспільстві масова інформація легко ідентифікується з тими чи тими його секторами. Натомість у випадку з посткомуністичними країнами нерозвиненість публічної сфери замінюється на своєрідну герметичну конвенційність, яка відбиває особливі зони "непрозорості", що утворилися у суспільстві. Саме тому мова газет, стереотипи та кліше, що стали ходовими у так званий перехідний період, являють собою найбільш виразні артикуляції неструктурованого (негромадянського) посткомуністичного суспільства з його дивними агломераціями. Фахівці привертають увагу до існуючої стійкої стихії латентної агресії та захоплення метафорами у політичних текстах. Агресія вказує саме на пріоритет примусу та залякування, цієї спадщини тоталітарної держави, тим часом як метафоризм указує на безвідповідальність та "недискурсивність" громадянського діалогу. Метафора зачіпає механізми підсвідомого, що діє в екстралінгвістичному просторі та викликає афекти, які підмінюють собою нормальну дискурсивну практику. Залякування, в свою чергу, впливає на виникнення іраціональних фобій, а фобії й страхи являють собою найліпшу умову, в якій можлива маніпуляція свідомістю.

Якщо характеризувати стан політичної мови і дискурсу в публічній сфері українського суспільства, які наприкінці XX століття почали еволюціонувати від пострадянської автократичності і усталених стереотипів масової свідомості, то можна казати лише о наявності слабких перших їх паростків.

Симптоматичним є і той факт, що для характеристики політичний мовленнєвих практик часто використовують вислів: "Мова дана нам для того, щоби утаємничувати свої думки"; відгуком на таку справедливую оцінку стає зростання недовіри в суспільстві до "політичної еліти", а також виникнення наукового інтересу не до самої – вербальної – політичної мови політиків, а до мови їх тіла, міміки тощо: інколи вбачається, що аналіз невербального "мовлення" дає більш адекватну картину реального мислення.

Названа симптоматика підтверджує діагноз щодо "каменю спотикання" вітчизняної історії загалом: відсутності діалогу між "владою і суспільством". Вбачаючи, що сподівання на те, що сама влада стане ініціатором і носієм дійсного політичного діалогу, є майже утопічними, зазначимо наступне: реалістичне сподівання щодо формування ефективної, практичної політичної мови пов'язано із життєздатністю громадянського, "горизонтального" діалогу, в якому можливе формування політичного дискурсу у межах додержання норм комунікативної етики, яке поки що ґрунтується на популізмі.

Оскільки інститути публічної сфери – ЗМІ та громадянське суспільство, вона виконує функції взаємодії влади й суспільства у формуванні політики, виражає публічний інтерес, дозволяє переплавити приватні інтереси в загальні. Таким чином, функції її в артикуляції суспільних інтересів, які не можуть бути досить повно виокремлені чисто апіорно, вони повинні пролунати в самому суспільстві, чітко заявити про себе, щоб і влада, і сама громадськість їх помітили й належним чином оцінили; а також в публічному контролі діяльності влади, вплив на формування державної політики. Держава як загальнонаціональний інститут по визначенню покликана представляти публічні інтереси суспільства. Саме публічність робить можливими критику й демократичний контроль над діяльністю держави.

Стан публічної сфери – найважливіший показник, що дозволяє судити про те, наскільки публічна політика відповідає своєму головному призначенню: виражати публічний інтерес суспільства. Адже саме в просторі вільного дискурсу різноманітні приватні інтереси проходять крізь сито суспільної оцінки, яка виявляє, які з них настільки значимі, що повинні стати предметом публічного інтересу й, отже, предметом державної політики.

Публічна сфера, де формується політична мова, є ознакою відкритого суспільства, в якому широко використовується політичний дискурс.

Публічна сфера політики – показник реального існуючих демократичних відносин, з розвинутою системою громадянських інститутів, незалежних ЗМІ (як реальної "четвертої" влади), і громадянами, як суб'єктами політичних відносин. Засобом комунікації в публічній сфері є професійна, відкрита, компетентна політична мова, вищою же формою її реалізації є політичний дискурс як особливий ідеальний вид комунікації, здійснюваний у максимально можливому відстороненні від соціальної

реальності, традицій, авторитету, комунікативної рутини й т. п., що й має метою критичне обговорення й обґрунтування поглядів і дій учасників комунікації.

Виникнення ефективної політичної мови можливе в сфері громадських відносин, де артикульовані проблеми не залежно від владних інститутів. А роль політичної науки саме в об'єктивному (неангажованому) аналізі політичного життя.

А. Д. Штельмашенко, магістр, КНУТШ, Київ
Western_18@mail.ru

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПОЛІТИЧНИМ БРЕНДОМ

В епоху постійних змін, трансформацій і синтезу культур дуже важливо зберегти свої власні традиції та індивідуальність. Це стосується не тільки індивіда, а й держави в цілому. Для цього країні потрібно мати репутацію та власний бренд, який допомагає їй позиціонувати себе на міжнародній арені, бути конкуренто спроможним суб'єктом світового політичного ринку. Саме політичний бренд і формує політичну стабільність в сучасному світі, а його набуття може дозволити політичним елітам посилити зв'язок з масами та враховувати тенденції розвитку своєї держави.

Проблема формування бренда стає цікавою не тільки для підприємців, але і для політиків та державних діячів. Адже політичний бренд відображає можливості країни, її інтелектуальну власність та її позиціонування таким чином, щоб вона могла здобути максимум користі від участі в тих чи інших міжнародних системах, – економічній, політичній, – та здобула максимальне світове визнання.

Політичний бренд – це діяльність, яка пов'язана з управлінням поведінкою споживача на політичному ринку з метою спонукати його до прийняття рішення або певного політичного вибору. Політичний бренд близький до корпоративного, в межах якого орендуванню підлягають не стільки товари, скільки взаємини, принципи та етика ведення справи, культурні стандарти управління і комунікації. Бренд в цих умовах стає системою, яка охоплює імідж й репутацію. Відтепер брати участь у політичному житті країни зможуть тільки партії, які мають сильні бренди.

Ефективність політичного бренду вимірюється наступними характеристиками: сила бренду, тобто здатність домінувати в межах визначеного політичного простору; відповідність бренду потребам та інтересам аудиторії; здатність збільшувати кількість прихильників та сфери впливу; рівень підтримки громадськості та ймовірність вибору нею конкретного політичного суб'єкта за наявності інших альтернатив; ступінь популярності політичного бренду, що вимірюється кількісними характеристиками.

В основі політичного бренду повинна лежати ідеологія його споживання. А саме: чітке розуміння сенсу присутності бренду на політичному ринку, розуміння створеного образу як передумов поведінки громадян.

Важливою складовою брендингу є особистісна цінність громадянина. Остання – не просто один із параметрів, на який слід звертати увагу під час розробки бренду, це основна частина поняття бренд, його фундамент, єдиний компонент, що приводить бренд до мети.

Під час створення та управління будь-яким політичним брендом важливо дотримуватися декількох принципів:

1. Потрібно орієнтуватись на цільовий політичний ринок. Політичні брендологи повинні ідентифікувати і вибрати цільовий ринок (чи групу населення), розробити і реалізувати стратегію для задоволення їхніх політичних уподобань. Попит диктує необхідність створювати відповідні політичні іміджі.

2. Розробка чіткої концепції політичного іміджу, що уявляє собою набір матеріальних і нематеріальних характеристик, створених з метою відповідності політичним симпатіям населення. Для цього проводяться відповідні інтерв'ювання, створюється фокус-групи, здійснюється аналіз поведінки населення в різних регіонах країни.

3. Створення відповідної уявленням цільової аудиторії політичної атмосфери, символів, дизайну, за допомогою ЗМІ і комунікацій. Це необхідно для ефективного засвоєння створеного бренду цільовою групою. Таким чином утворюється механізм впливу на виборців [Ольшанский Д. В. Политический PR. – СПб. : Питер ; М. ; Нижний Новгород, 2003. – С. 176].

Серед найбільш відомих і вивчених можна виділити кілька напрямів, або видів політичного брендингу. А саме персональний (лідерський), партійний, національний (державний), брендинг ідеологій, міжнародних організацій та об'єднань, політичних подій і явищ тощо.

Центральним елементом персонального брендингу, або як ще його називають лідерський політик-бренд, є певний лідер, політик, якого зводять в ранг героя, спасителя, народного улюбленця тощо, за допомогою освітлення його певних особистих якостей чи діяльності.

Найпоширенішим сьогодні є партійний брендинг – політична технологія, яка направлена на певну цільову групу з метою створення стабільної підтримки протягом певного часу без застосування зовнішніх маніпуляцій. Образ партії – Конструюється таким чином, щоб його прояв у свідомості людини був не випадковістю, а прогнозованим результатом багаторівневого впливу. Таким чином, партійний брендинг можна визначити як процес управління комунікативним впливом зі створення унікального та привабливого образу політичної партії.

Метою державного брендингу є створення і побудова репутації та іміджу будь-якої країни.

Брендинг ідеологій виник із протистоянні основних ідеологічних течій і має найдавнішу історію та найміцніший фундамент. Як тільки одна з ідеологій отримувала статус державної, вона автоматично ставала брендом, який розвивався за сприянням владної верхівки і укорінювалась у свідомість мас.

Створення бренду політичних і міжнародних організацій відбувається з метою обґрунтування ефективності їх існування і фінансових витрат на їх утримання. В розробці такого бренду наголос робиться на комунікації з політичними об'єктами, частими висвітленнями діяльності в ЗМІ тощо.

Брендінг політичних подій і явищ, таких як революції, війни, теракти, створення незалежних держав тощо найчастіше створюють для підтримки певної політичної діяльності з боку більшості населення. Створення такого бренду більше схоже на певний ритуал, що апелює до почуттів і емоцій мас, таких як: страх, віра, ненависть, відчуженість, агресія тощо.

Політичний бренд вимагає відповідних методів і специфічних підходів для свого просування. Так, у сучасному політичному просторі все частіше відбуваються динамічні виборчі процеси, які серед електорату часто сприймаються негативно, асоціюються із невинуватими обіцянками, недовірою до політиків. Політичні технології швидко втрачають свою ефективність, активність виборців стає все нижчою, традиційний маркетинг уже не дає очікуваних позитивних результатів. Такі умови вимагають усе більш винахідливих методів просування політичних брендів, символів та ідей, позиціонування образів політиків і партій. Вплив брендів у сучасному світі важко переоцінити, бо вся сучасна політична боротьба за електорат розгортається у комунікативному просторі і впливає на масову свідомість. Сьогодні однією із найважливіших умов успішного просування певних політичних продуктів у політичному просторі є використання новітніх прогресивних заходів. Розвиток сучасних інформаційних технологій створює майже необмежені можливості для цього, повністю змінює формат комунікації між політичними брендами та електоратом.

Ю. П. Щегельська, канд. політ. наук, асист., КНУТШ, Київ
jps2010@rambler.ru

ПРОМОЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МІСТА КИЄВА НАПЕРЕДОДНІ ПРОВЕДЕННЯ ЄВРО-2012

У сучасних умовах актуальність представлення України та окремих її міст і територій на міжнародній арені пов'язана в першу чергу з необхідністю використання такої зручної нагоди як проведення Євро-2012 для привернення уваги світової громадськості до здобутків та переваг української держави в контексті реалізації її євроінтеграційних устремлінь. Одними із ефективних засобів трансляції та донесення до світової громадськості концентрованого повідомлення про країну та окремі її міста і території є логотипи та рекламні слогани. Зазвичай вони створюються як засіб унаочнення головного повідомлення, яке транслюється брендом (або інтегрованим образом) країни, і призначені для покращення сприйняття певної держави (або її окремих міст чи територій) та нації, що повинно конвертуватися у позитивне ставлення світової громадськості до цієї країни та її громадян.

Такого роду активна промоційна діяльність розгорнулася в Україні в цілому та у Києві зокрема після прийняття 3 червня 2009 р. "Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на період до 2011 року". 13 листопада 2009 р. UEFA було затверджено логотип м. Києва як міста, що приймає футбольний чемпіонат "EURO–2012", розроблений дизайнером студії "Nakitel Design" Тамарою Махун. Логотип містить стилізоване зображення янгола, що грає у футбол.

Однак 8 червня 2010 р. відбулася офіційна презентація іншого логотипу м. Києва як міста, що приймає футбольний чемпіонат "EURO–2012", на якому зображено силует пам'ятника засновникам столиці – Кию, Щеку, Хориву та їхній сестрі Либіді авторства Василя Бородая. На жаль, в жодних інформаційних повідомленнях не зазначається ім'я автора цього логотипу.

У період з 3 до 12 вересня 2010 р. у Києві проходив конкурс на кращий слоган для міста, що приймає "EURO–2012", оголошений Київською міською державною адміністрацією. За різними даними, на конкурс було представлено від 284 до 400 варіантів слоганів. З-поміж них було обрано 5 фінальних варіантів: "З Європою грай, у Києві перемагай!", "Київ 2012 – зафутболимо свято!", "Київ 2012. Європа без меж, футбол без обмежень!", "Київ – Золоті ворота чемпіонату Європи!". Однак жоден з цих слоганів так і не був офіційно затверджений UEFA.

25 листопада 2010 р. столичні дизайнери представили проект туристичного логотипу Києва. Логотип містить специфічне зображення першої літери назви міста "К", що, за своєю формою, на думку авторів повинна асоціюватися із кнопкою перемотки назад (backrolling) CD-програвача як уособлення бажань гостей міста знову і знову повертатися до Києва за яскравими враженнями (слоган "Kyiv. The city to come back"). Запропонований логотип з літерою "К" за формою дуже нагадує вже існуючий декілька років логотип пакету офісних додатків "KOffice" для проекту "K Desktop Environment". У іноземців, які вже бачили логотип "KOffice", зображення специфічної літери "К", скоріше за все, викличе асоціацію із новою рекламною кампанією згаданого проекту, а не з містом Києвом.

30 вересня 2011 р. владою міста було оголошено новий конкурс на кращий логотип та гасло для Києва, що тривав до 15 лютого 2012 р. Організаційним комітетом з питань підготовки та проведення конкурсу було відібрано 10 робіт, що пройшли до фіналу. Серед них вже зазначений логотип з літерою "К" ("You will come back"), а також 9 інших робіт: "Київ. Мозаїка вражень", "Київ. Краса у різноманітності", "Київ. Відкрий для себе", "Київ. Живи. Мрій. Кохай", "Київ. Місто, де все починається", "Київ. Колиска слов'янської слави", "Київ. Старий в легендах – та вічно молодий!", "Kyiv. Enter the city!" тощо.

Міські логотипи та рекламні слогани, що є атрибутами бренду міста, за умови його грамотної побудови, стають ефективними засобами тран-

сляції та донесення до світової громадськості концентрованого повідомлення про унікальні характеристики міста та здобутки його мешканців. На жаль, в Україні діяльність з їх створення та запровадження у світовий інформаційний простір випереджає у часі діяльність із побудови міських брендів. Як наслідок, створені у такий спосіб логотипи та слогани міст не тільки не несуть у собі потрібного message-у про унікальні характеристики міст та здобутки їх мешканців, але й не сприяють формуванню позитивного сприйняття та ставлення широкої громадськості до міст, що є головною метою їх промоційної діяльності.

Окрім вищезазначеного, основними недоліками міської промоційної діяльності є те, що, по-перше, як у керівництва міст, так і у виконавців пертинентних робіт, на теоретичному рівні відсутнє розуміння відмінностей між поняттями імідж, образ, бренд, логотип та слоган міста. Зазвичай відповідні служби і керівництва міст України підміняють брендингову діяльність діяльністю із створення, власне, атрибутів бренду міста, таких, як логотип та слоган. Оскільки брендинг міста передбачає насамперед формування основи для ідентифікації його мешканців, зауважимо, що діяльність зі створення слоганів та логотипів міст не може забезпечити виконання цього завдання.

По-друге, проблема полягає в тому, що символічний зміст, закладений авторами у логотипи та слогани міст України, не завжди здатен сприйняти за задуманим сценарієм їх реципієнт.

По-третє, у світовому інформаційному просторі зазвичай одночасно присутні декілька логотипів та слоганів одного і того ж самого міста (як офіційно затверджених, так і альтернативних), що викликає плутанину і як правило негативно позначається на його промоції, оскільки різноманітні зображення та гасла несуть реципієнтам цієї інформації різновекторні повідомлення.

Однак основною перешкодою промоції міст України у світі залишається відсутність в українському суспільстві консенсусу щодо власної ідентичності, а отже, і підґрунтя, насамперед теоретичного, для розробки ідентичності брендів міст та їх атрибутів – логотипів і слоганів.

Ю. С. Щербина, асп., КНУТШ, Київ
J7_06@mail.ru

КОЛІР ЯК СИМВОЛ У ВІЗУАЛЬНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ

Колір є важливим елементом у будь-якій, у тому числі і політичній, візуальній рекламі. Колір переносить ті емоції та почуття, що виникають у людини підчас його споглядання, на політичного актора, з яким він пов'язаний через символіку. Він дає можливість позиціонування, впізнаваності продукту, забезпечує асоціювання політичного продукту з його символікою, що є основним і найважливішим завданням кольо-

ру як символу у візуальній політичній рекламі. Колір сам по собі є впливовим символом у наглядній агітації, але найповніше він себе розкриває у поєднанні з зображенням, формою та текстом (або словом). Саме ця комбінація забезпечує зв'язок між брендом та символами, дозволяючи реципієнту впізнавати бренд. До того ж, зазначені елементи реклами є взаємодоповнюючими. У зв'язку з цим можна говорити про актуальність досліджень кольору в контексті різних наук, а особливо – політичних, оскільки питанню ролі кольорів саме у політичних процесах, в тому числі у політичній рекламі, приділено не достатньо уваги. Загалом, теоретичних наукових розробок, присвячених проблематиці кольору в контексті різних наук є досить багато як в історії наукової думки, так і в сучасній науці. В основному, це роботи, в яких розглядають колір з точки зору його практичного втілення. Вагомий внесок зробили Н. В. Серов, Н. Н. Слюсаревський, Е. В. Егорова-Гантман, К. В. Плешаков, А. Божко та ін.

У рекламі колір виконує декілька функцій, основними з яких є інформативна, символічна та виразна. У рамках першої функції можна говорити про здатність кольору передавати певну інформацію про предмет, тобто забезпечувати впізнаваність бренду, а також виділяти його зпоміж інших. Друга функція полягає у здатності кольору викликати певні асоціації. Це проявляється у тому, що колір існує не сам по собі, а як символ, частина іміджу. Виразна функція включає в себе поєднання асоціативного значення, психологічного, емоційного та фізіологічного впливів кольору на людину, що безперечно є одним з чинників маніпулятивності реклами. Ще однією функцією є розпізнавальна. Колір є певним інструментом полегшення сприйняття інформації, яку подає політична реклама та вирізнення конкретного продукту, його позиціонування на політичному ринку.

У будь-якій візуальній політичній рекламі, при підборі кольорів треба враховувати такий параметр, як розмір рекламного носія, а відповідно і відстань між реципієнтом та рекламою. Загальновідомо, що кольори теплої гама та світлі кольори мають властивість наближати предмети, тобто робити їх більшими, холодні та темні кольори ж, навпаки, відділяють предмети та ілюзорно зменшують їх. З цього слідує, що для реклами на великих носіях, таких як бігборди, політичну символіку, виконувати в темних та холодних кольорах слід зображувати більшого розміру, ніж символіку, в якій присутні світлі та темні кольори і відтінки. Що стосується ролі кольору у текстовій частині рекламного повідомлення, то тут має сенс говорити про технологію виділення певної текстової інформації, та її приховання, що використовується разом із розміром тексту. Для того, щоб зробити видимим текст необхідна контрастність у кольорах фону і самого тексту, саме тому загальноприйнятим є текст чорного кольору на білому фоні. Це є найбільшою контрастністю з точки зору комп'ютерної графіки, де яскравість кольорів вимірюється у відсотках і

чорний відповідає 0 %, а білий – 100 %. Таким чином, найбільш зчитуваним буде той текст, колір якого буде максимально віддалений від кольору фону за такими ж параметрами.

Сприйняття символіки у кольорі залежить від освітлення. При денному світлі кольори сприймаються без спотворень, але при штучному освітленні кольори замінюються своїми відтінками. Так, наприклад, за умов освітлення електричною лампою розжарювання, яка дає жовте світло, темно-блакитна частина реклами набуває фіолетового відтінку. Таке ж правило діє і для всіх інших кольорів, оскільки при освітленні до них додається жовтий колір. При люмінесцентному освітленні також має місце спотворення кольорів, але вже з додаванням синього кольору. У зв'язку з цим, розміщуючи будь-яку, в тому числі і політичну, рекламу на великих носіях, які підсвічуються вночі, необхідно враховувати ще й такий фактор, як освітлення.

Часто колір одягу людини може сказати про його володаря набагато більше ніж будь-які рекомендації від авторитетних людей або поведінка та слова самої людини. "Колір одягу впливає на нас трьома шляхами. По-перше, існують шкірні рецептори, які передають без свідомості необхідну інформацію та специфічну енергію кольору. Другий шлях – це зір, який сприймає колір на рівні підсвідомості і свідомості. І нарешті, третій шлях – це оточуючі нас люди, які сприймають кольори та поведять себе з нами відповідно до цього сприйняттям" [Серов Н. В. Цвет культуры: психология, культурология, физиология. – СПб. : Речь, 2004. – С. 451–452]. Перші в історії США теледебати проходили 26 вересня 1960 року в Чикаго на студії CBS. Вони мали величезний успіх, оскільки зібрали перед екранами близько 70 млн. глядачів. Опонентами були кандидат від демократичної партії Джон Кеннеді та кандидат від республіканської партії Річард Ніксон. Теледебати транслювалися також у радіо ефірі. Результати були зовсім непередбачуваними. Саме перед подією Ніксон вийшов з лікарні і виглядав виснаженим і хворим, він набрав 20 фунтів зайвої ваги, до того ж відмовився гримуватися. Доповненням став світлий костюм, який підкреслював недоліки і зливався з основною картинкою чорно-білого екрану. Костюм у Кеннеді був темного кольору, що допомагало йому вигідно виділятися на тлі опонента. Це яскравий приклад використання кольору, точніше контрастності, як візуального символу у політичній кампанії. На тих виборах перемогу здобув Джон Кеннеді з відривом у сто тисяч голосів. Цікаво, що радіослухачі тих же теледебатів віддали перемогу Ніксону.

Слід зазначити, що використання чорно-білих тонів у політичній рекламі, без хроматичних елементів, є маніпулятивною технологією, і використовується з метою надання комусь чи чомусь негативного значення. Так, Клер Робінсон наводить приклад використання такої технології партією "Зелених" під час передвиборчої кампанії 1999 року у Новій Зеландії: "Чорно-білі зображення були нагадуванням виборцям про те,

яким поганим може бути життя без Зелених. Кольорові зображення репрезентували світ, до якого колись Зелені долучали руку ..." [Robinson C. E. Advertising and the market orientation of political parties contesting the 1999 and 2002 New Zealand general election campaigns. – Massey University, 2006].

Таким чином, можна говорити про те, що спектр можливостей символу "колір" є різноманітним, саме тому, він активно використовується як один із основних компонентів у створенні, а найголовніше позиціонуванні, іміджу політичного актора, і є базовим знаряддям політичних рекламних кампаній.

О. Я. Ямельницький, асп., НУ "Львівська політехніка", Львів
j-70@ukr.net

АКТИВІЗАЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ: ДО ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ

Стівен Холмс, дослідник юридичного факультету Чиказького університету, аналізуючи сучасне російське суспільство, порівнював його з пісочним годинником, верх якого – державний апарат і "старо-нова" бюрократія, яка вирішує переважно власні "приватні" проблеми і не дуже переймається реальними потребами громадян. Низ, натомість, тільки емність, в якій містяться окремі, не пов'язані між собою піщинки. "Талія" годинника – це головне, що з'єднує верх і низ годинника – тонкий канал, через який і відбувається вкрай незначний зв'язок "верхів" та "низів" [Громадські організації та органи державного управління: питання взаємодій / за заг. ред. Н. Р. Нижник та В. М. Олуйко. – Хмельницький : Вид-во ХУУП, 2008. – С. 21]. Українське суспільство також відповідає цьому опису. Втім, на нашу думку, в Україні такий пісочний годинник поламаний або працює "в ручному режимі": "верхи" лише експлуатують і пригнічують "низи", а в більшості випадків їх просто ігнорують.

Саме тому формування і зміцнення демократичного устрою в Україні, подальший розвиток інститутів громадянського суспільства неможливі без відновлення цього "годинника" через активну політичну участь всіх елементів "владної піраміди". Йдеться не лише про законодавчі ініціативи політичних функціонерів, але й про використання ними економічних важелів, і загалом про готовність влади до співробітництва з громадянським суспільством, що створює активне середовище, яке сприятиме демократичному розвитку суспільства та зміцненню держави. Таким чином, долатиметься згадане вище управління в "ручному режимі", та налагоджуватиметься безперешкодна двостороння комунікація між "верхами" і "низами".

Відповіді на питання про сутність, причини участі у політиці, про її основні форми, про фактори, що впливають на їх вибір надзвичайно

різняться. Під політичною участю, зазвичай, розуміють форму активної поведінки особи у політичній сфері суспільства, дії пересічних громадян, які намагаються впливати на процес прийняття владою політичних рішень або на вибір політичних лідерів [Політологія : навчальний посібник / за заг. ред. М. П. Гетьманчука. – Л., 2010. – С. 56]. Для вітчизняного політолога Н. Ротар політична участь – це залучення членів певної соціально-політичної спільноти до політико-владних відносин, вплив громадськості на перебіг соціально-політичних процесів у суспільстві та на формування владних політичних структур [Ротар Н. Ю. *Форми участі населення у політичних процесах* : навчальний посібник. – Чернівці : Рута, 2004. – С. 4].

Сьогодні дослідники оцінюють рівень залученості громадян до вирішення суспільно-політичних проблем в Україні як вкрай низький. Йдеться про переважання найбільш "загальних" та не найдієвіших форм політичної участі людей в процесі прийняття політичних рішень, вирішенні нагальних питань суспільно-політичного значення. Саме тому однією із актуальних проблем розвитку політичної системи України на сучасному етапі є забезпечення високого ступеня участі населення в політичних процесах, зокрема, в управлінні та вужче – в прийнятті рішень. Показовою у цьому випадку є точка зору американського політолога К. Дойча, який відзначав, що у перехідних суспільствах, що переживають демократизацію (і/чи модернізацію), саме мобілізація (активізація) має відіграти особливу роль, оскільки за її допомогою громадяни одержують доступ до нових політичних ролей, форм соціалізації тощо. Таким чином, йдеться про сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які стимулюють громадськість та місцеві органи до плідної діяльності, окреслюють її межі і форми, надають їй напрям, який орієнтує на досягнення відповідних результатів [Цит за: Там само. – С. 15].

Отже, мова йде про активізацію політичної участі, що передбачає цілеспрямовану зміну динаміки суспільно-політичних процесів, перехід громадян зі стану пасивного пристосування до дій влади чи їх споглядання до активних дій та вираженої громадянської позиції. Активізація політичної участі – це інтенсифікація активності різних елементів політичної системи, що має на меті максимально можливу реалізацію потенціалу людини як основи політичної системи, окремих суспільно-політичних груп та цілих організацій. Це конкретизується у сформованій громадянській позиції людини, інтенсифікації процесів самоорганізації та самодіяльної активності громадян. Внаслідок цього відбувається зміна їх уявлень про державу, владу загалом, діяльність та роль громадських організацій тощо, можливе вироблення громадянами узгоджених напрямків діяльності, довготермінових цілей та рішень щодо суспільно-політичного розвитку держави та збереження/зміцнення її статусу.

Вихідним пунктом та, водночас, наслідком активізації політичної участі повинні стати: формування установок активістського характеру,

спрямованих на розвиток і підтримку співробітництва у рамках політичної системи суспільства; досягнення певного ступеня громадянської "зрілості" і розвитку потенціалу інститутів громадянського суспільства, які "ясно" і "точно" виражають, просувають і захищають свої інтереси; інституалізація рамок співробітництва між "секторами" суспільства у вигляді встановлених на практиці чи закладених законодавчо форм їх взаємодій; усталеність організацій громадянського суспільства та досягнення певного рівня розвитку людського капіталу, які, в свою чергу, сприятимуть подальшій мобілізації суспільних та політичних ресурсів на вирішення суспільно значимих проблем.

Формування активної громадянської позиції людини зумовлюється дією різноманітних чинників і впливів, що можуть сприяти її закріпленню чи ускладнювати це відчуття. Одним із таких вихідних чинників є уявлення людини про соціальну будову суспільства і певне розумінням взаємовідносин різних груп людей, правил гри, тенденцій суспільного розвитку [Участь громадськості в політичних процесах: Корені трави – 3 / упоряд.: Г. О. Усатенко, О. В. Боронь. – К. : Агенство "Україна", 2005. – С. 48]. Саме тому значення має не лише активізація політичної участі та залучення громадян до діяльності у суспільно-політичній сфері, але й її подальше збереження на певному рівні та використання цих "активних" ресурсів не лише у окремих заходах, а й в довготривалій перспективі становлення громадянина, який є носієм активістського типу політичної культури.

Є. О. Ясько, студ., КНУТШ, Київ
lisa_von_yellow@hotmail.com

МУЗИЧНИЙ ПРОДУКТ

ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Сьогоднішній світ політики містить велику кількість знакових систем, значень, символів, які складають основу політичної комунікації та соціально-політичного управління. Належність людини до символічного світу та безперервний розвиток систем значень в інформаційному суспільстві, глобалізація, урбанізація зумовлюють появу нових методів та засобів соціально-політичного управління, тому їх дослідження є актуальним для практичної політології.

Політика прагне максимально володіти емоціями людини, тому використовує продукти масової культури, як популярну систему значень задля реалізації внутрішніх та зовнішніх функцій держави. "Популярна культура перестає бути суто споживчим товаром, а стає активним процесом породження значень. Продукти масової культури використовуються з метою вироблення власних значень і повідомлень" [Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник. – К. : Т-во "Знання", 2004.

– С. 341]. За допомогою задоволення потреб людини масовою культурою їй "нав'язують певні культурні коди". Одним із засобів соціально-політичного управління може бути і **музичний продукт**.

У сучасному суспільстві музика стала об'єктом бізнес індустрії, реклами, політичного піару, дозвілля, а також засобом виховання. Музичний продукт – це культурний продукт, товар або послуга, що є результатом культурної діяльності юридичних або фізичних осіб і служить для задоволення громадянами своїх екзистенційних, творчих, духовних потреб. Музичним продуктом можуть бути: аудіо продукти, концерти, музичні альбоми, пісні, мюзикли. В кожній країні музичний продукт національного виробника як правило містить певні національні особливості, зумовлені відмінностями в національних традиціях, почуттях, свідомості. Так як музика є культурним продуктом, а будь який "продукт" є результатом цілеспрямованої діяльності певного виробника, тому можна стверджувати, що за допомогою музичного продукту, який містить "культурні коди" певних націй та є символічною системою нації можна здійснювати **вплив на суспільство**, скеровувати поведінку людей шляхом забезпечення споживання цього продукту.

Будь-який продукт орієнтований на задоволення певної потреби людини. За допомогою вироблення, споживання музичного продукту, людина може **осмислити свої проблеми** та задовольнити свої потреби через народний фольклор, зокрема і музику. Музичний твір здатен задовольняти, частково, всі основні потреби людини: фізіологічні, екзистенційні, соціальні, престижу, духовні (за класифікацією Маслоу). Ці потреби, як правило, стають причинами створення певних музичних творів. Використовуючи засоби соціально-політичного управління, які "близькі до буденного життя", суспільні скупини можуть бути змінені. Спільність, єдність формується стихійно, на рівні повсякденного життя, буденної свідомості, суспільної психології. "Яскравим прикладом суспільство-об'єднуючим фактором є фольклор, який є дзеркальним відбитком буденної свідомості" [Русин М. Ю. Специфіка та основні ознаки сучасного фольклору // Наукові записки КНУ імені Тараса Шевченка. Том XII. Філософський факультет. – К., 2004. – С. 146]. Масове мистецтво знаходить відгук серед населення, об'єднує суспільство, коли "говорить" про проблему, яка людину турбує.

Суспільство-об'єднуючим фактором є **розвиток національного культурного продукту як масового символу**, його споживання та популяризація його за межами країни. "Масовий символ завжди несе в собі властивості, характерні для мас. Той, хто має відношення до нації, бачить себе, хоча і на свій лад, прикований до певного масового символу, який зробився важливим для всієї нації. Він з'являється в необхідний момент, складає неприродність національного самовідчуття" [Канетти Э. Народы и символы // Новое время. – 1991. – № 32. – С. 41]. Таким чином будь-який масовий символ може стати "неформальною" части-

ною державної, політичної символіки. Для розвитку демократії, громадянського суспільства важливо, щоб в державі підтримувався вільний розвиток виробництва продуктів мистецтва, зокрема музичного. Музичний масовий твір може бути масовим символом, а може бути засобом вираження національних символів, а це у свою чергу формує національну свідомість, національні почуття, національну спільність, об'єднує націю. За Е. Канетті, за допомогою пісень, віршів німці виражають свій масовий символ "ліс", тому в них так багато пісень про ліс, а у англійців, голландців – про море. "Ці символи ніколи не з'являються голі, ніколи не виступають самі собою: представник нації завжди бачить сам себе на свій лад убраним, міцно пов'язаним із певним масовим символом, що набув для його нації найбільшої значущості. В його регулярному поверненні, в його появі тоді, коли цього вимагає момент, полягає спадкоємність національного почуття. Разом із ним і тільки разом з ним змінюється самосвідомість нації" [Канетті Е. Маса і влада. – К. : Видавничий дім "Альтернативи", 2011. – С. 141]. Такими символами для США є: американський шоу-бізнес, MTV, Broadway, для Великої Британії – "The Beatles", West End, для Швеції – пісні групи ABBA.

Музичний продукт виражає спосіб буття людини та "є близьким" до її життя, здатен емоційно впливати на людину. Музична культура виконує масову функцію, формує сферу масової свідомості, власну систему повсякденних потреб. Мелодика, лади музики, гармонія у фольклорі кожної нації різні, відповідно семіотика музики, система сенсів визначає свідомість, модель поведінки людей, закріплює певні архетипи, роблячи культури націй різними. Тому на основі знання потреб суспільства та механізмів синтаксису, семантики і семіотики музики можна виробити такий музичний продукт, який "стовідсотково" стане популярним та зможе використовуватись як дієвий спосіб соціально-політичного управління та вирішення певних проблем суспільства на соціальному, культурному, психологічних рівнях. Для забезпечення популярності національного продукту варто виокремити певні **вимоги** до нього. **Музичний продукт** повинен: – бути масовим (простим за своєю структурою); – виражати базові, універсальні потреби людини; – бути заснованим на етнічних, національних мотивах; – складатися з простих, нескладних гармоній, ритм та мелодія повинні швидко запам'ятовуватись. Музичний продукт повинен бути новим, оригінальним, представляти якусь нову художню цінність. Музичне повідомлення повинне бути естетичним; – відповідати "мові нації". Але це не виключає створення творів, написаними іншими мовами; – "оспілювати" життєві теми, які допомагали переосмислити свою діяльність, своє життя.

Задля того, щоб музичний продукт був ефективним засобом соціально-політичного управління, держава повинна виконати **ряд завдань**: 1. Забезпечити якісною музичною освітою середні школи, ввести модернізовані уроки з музики, хорового співу з обов'язковим екзаменом зі

знання музичного фольклору. Хоровий спів, фольклор є "масовими символами" для націй. 2. Забезпечити розвиток музичної інфраструктури (музичні театри, магазини, концерт холи). 3. Підтримувати створення конкурсів, фестивалів, які направлені на популяризацію якісної української музики. 4. Підтримати діяльність митців, композиторів, розвиток усіх стилів музики. 5. Розвивати мюзикл індустрію, бо мюзикл може "переосмислювати" від історій життя людей до сторінок історії держави. 6. Створити модернізований музичний канал на телебаченні та мережі інтернет як ресурс для інформаційної підтримки музичного життя держави, підвищення культурного рівня населення, регулярно проводити національні музичні хіт-паради. 7. Проводити політику піару національного мистецтва як в державі так і поза її межами. 8. Створити та підтримувати прибутковий сектор розвитку "культурної економіки".

Отже, продукти масової культури стануть засобами соціально-політичного управління сьогодення. Розвиток національного музичного продукту як складової культурної політики, є засобом неформальної комунікації, "м'якою силою" проведення політики, "відродження нації". В музичному продукті містяться архетипи, стереотипи нації, а це дає можливість потужного впливу на суспільство задля певної мети соціально-політичного управління. Музичний продукт здатен задовольняти потреби суспільства, бути масовим символом та переносити людей до образу країни. Система сенсів в музичному творі сприяє демократизації, об'єднанню, консолідації суспільства, тому проведення певної культурної політики стає важливою частиною внутрішньої та зовнішньої політики держави.

Секція "МІЖНАРОДНА ПОЛІТИКА"

С. В. Андрущенко, канд. політ. наук, доц., ІМВ КНУТШ, Київ

ОСВОЄННЯ СПІЛЬНИХ ПРОСТОРІВ ЯК ВАЖЛИВА ТЕНДЕНЦІЯ СУЧАСНОЇ ГЕОПОЛІТИКИ

В сучасній геополітиці все чіткіше проявляються тенденції конкуренції у процесі освоєння спільних просторів – інформаційного, океанічного, повітряного та космічного. Ці простори розглядаються ведучими державами світу у якості нерозділених, що вимагає перегляду існуючих підходів щодо їхнього освоєння.

Інформаційні технології складають основу геостратегії, формування категорії "інформаційні боротьби". Особливості інфосфери (кіберпростору): не існує фізичного середовища; це поліаморфна субстанція, в якій інформація існує, рухається; різні форми стратегічної сили проєктуються через і в межах цього середовища; в інформаційних війнах значення відстані, розміру, стратегічної ваги актора втрачається. Інформація як об'єкт боротьби: інформація не рухається у вакуумі, а саме в політичному просторі, що вже комусь належить і використовується в інтересах певних суб'єктів. Формування концепцій інформаційної війни (контроль над інфосферою): інформаційна компанія в меншій мірі стосується захоплення контролю через руйнування цілей ворога, а в більшій мірі стосується контролю над інфосферою (можливість використовувати інфосферу для досягнення стратегічних цілей, а також можливість попередити таку можливість для супротивника).

Сучасна інформаційна війна являє собою планомірний інформаційний вплив на всю інформаційну систему супротивника й нейтральних держав з метою формування сприятливого глобального інформаційного середовища для проведення будь-яких політичних та геополітичних операцій, що забезпечують максимальний контроль над простором. Стратегії "програмуючого лідерства", "м'якої" сили, "розумної" сили.

Боротьба за розподіл інформаційного простору: проблематика побудови інформаційного суспільства, Інтернет як фактор світової політики, боротьба за інтернаціоналізацію (співуправління) Інтернету (США контролюють функціонування мережі через ICANN), тенденція до утворення міждержавних альянсів за інформаційно-комунікаційними інтересами.

Найбільш жорсткого поділу зазнають океанічні простори, які відповідно до положень режиму "океанічного співуправління" (ГА ООН, 1970 р.) є відкритими для експлуатації на рівних засадах всіма державами і всі держави несуть однакову відповідальність за долю цих ресурсів. Світовий океан являє собою основну частину глобальної біосфери й відіграє ви-

значальну роль у підтриманні життя на Землі. Центральна проблема – доступ до біоресурсів та екосистем Світового океану (внесок екосистем Світового океану в стабілізацію клімату, виробництво кисню, підтримку біорозмаїття оцінюється в 21 трлн. долл., відповідний вклад континентальних екосистем – 12,3 трлн. долл.) Права на використання більшої частини екологічного потенціалу Світового океану не розподілені. Головне джерело загроз Світового океану – забруднення з суходолу (80 % загальної кількості забруднень) – проблема відповідальності. Боротьба за доступ до покладів паливних ресурсів на дні морів та океанів, органічного палива та інших видів мінеральної сировини. Обсяги морських вантажоперевезень – 80 % від світових. Значення узбережних територій. Ці фактори активізують проблематику перерозподіл морських акваторій між державами, перегляду Конвенції ООН з морського права 1982 р. щодо статусу окремих морських просторів та континентального шельфу (статус внутрішніх морів, закритих морів, озерних просторів, режиму проток). На додаток тенденція до мілітаризації океанічного простору, що переважно пов'язується із питанням морського піратства.

Невизначеність статусу океанічного простору загострює суперництво за розподіл приполярних територій: Арктики та Антарктиди. Фактори актуалізації питання: танення льодів, і як наслідок, відкриття перспектив для видобутку ресурсів, та нових транспортних шляхів (особливо, північний полярний шлях), стратегічний аспект проблеми – компоненти російської та американської систем попередження про ракетний напад в Арктиці, наприклад. На фоні загострення конфлікту навколо шельфу приарктичних територій посилюється активність щодо перегляду міжнародного статусу Антарктиди (Договір про Антарктиду 1961 р. дозволяє використовувати Антарктиду виключно для науково-дослідних цілей).

Проблемні питання навколо Арктики: Росія, Канада, Данія, Норвегія прийняли рішення про статус частини арктичних морів у якості їхніх територіальних або внутрішніх; відхід від принципу секторального поділу Арктики започаткував конфлікти навколо статусу Північного полюса; між арктичними країнами постало питання про перегляд меж полярних секторів; активізація дискусій щодо глобального потепління та розширення потенціалу доступу до корисних копалин та енергоресурсів Арктики; стратегічні інтереси північних країн Європи, США, Канади, Росії у якості секторів базування військового підводного флоту та стратегічної авіації; арктичні країни подали заявки до Комісії ООН з континентального шельфу на володіння окремими арктичними просторами.

У повітряному просторі розгортається боротьба за перегляд принципів Договору про відкрите небо 1992 р., що пов'язано із політикою ЄС щодо формування Єдиного європейського неба (вилучення окремих авіакомпаній Росії, Індії, КНР за екологічними стандартами та ціновою політикою), та неврахуванням інтересів азійських та латиноамериканських країн при підписанні Договору.

Космічний простір (астрополітика) набуває особливого стратегічного значення в контексті категорії "космічної безпеки". В цілому космічна

безпека виступає як здатність суб'єкта контролювати частину космічного простору й здійснювати в ньому певну діяльність, не зазнаючи при цьому зовнішнього тиску, загроз або нападу з боку опонентів. Проблемні аспекти діяльності у космічному просторі: по-перше, відсутність визначення космічного простору (США є прихильниками функціонального підходу в залежності від типу летального апарату, що використовується, решта країн вважають межею між повітрям і космічним простором 100–120 км над рівнем моря), це відкриває можливості для проголошення країнами суверенітету над межовими шарами космосу, видаючи їх у якості "верхніх шарів атмосфери". По-друге, комерціалізація космічної діяльності, держави і великі комерційні компанії отримали можливість здійснювати контроль над окремими сегментами космічного простору, початок процесу приватизації космічної діяльності та ліквідації монополії держав на її проведення (на середину 2000-х рр. щорічний приріст світового космічного ринку складає 30–40 млрд дол) По-третє, спірні сегменти космічного простору й проблема геостаціонарної орбіти Землі, на яку виводяться супутники (екваторіальні країни заявляють про намір оголосити суверенітет над частинами орбіти, що проходить над територіями їхніх країн, й у такому випадку вони мають право на встановлення орендної плати). По-четверте, проблема виводу в космос ударних бойових платформ й розвиток протисупутникових технологій. По-п'яте, проблемні аспекти дистанційного зондування землі, що порушує принципи національної безпеки й приватної власності, й розгортання систем супутникової навігації й зв'язку. По-шосте, початок "другої космічної гонки" за участі не лише США і Росії, а й підключення Китаю, Індії в питання освоєння інших об'єктів Сонячної системи: жорстке суперництво за освоєння Луни (потенціал видобування гелію), Марсу, Венери, Меркурію, Юпітеру, Сатурну та їхніх супутників в інтересах можливості створення колонізаційних баз. Сьоме, проблематика космічного сміття.

Таким чином, боротьба за перерозподіл спільних просторів відбиває фундаментальний зсув у структурі середовища міжнародної безпеки та геостратегії. Розуміння простору виходить за межі територіальної геополітики XIX-XX ст. та гео економічних стратегій початку XXI ст. Взаємодія в рамках спільних просторів має стати основою для становлення режимів міжнародної безпеки й переважаючою тенденцією світової політики.

О. С. Гурбич, асп., ХНУ ім. В. Н. Каразіна, Харків
a.c_gurbich@i.ua

СВІТ-СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ І. ВАЛЛЕРСТАЙНА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ

У сучасному світі зростає розуміння того, що багато глобальних проблем, з якими людство зіткнулося на початку XXI ст. не можуть бути осмислені на рівні окремих держав та взаємин між ними. Актуальним

завданням дослідників є вироблення відповідної концепції, яка б оптимально й адекватно розв'язувала теоретичні проблеми сучасності. Предметом дослідження є світ-системний аналіз, його витоки та інтерпретації його фундаторів і послідовників. Метою – висвітлення головних теоретичних засад світ-системної теорії, визначення її новаторських концептуальних положень.

Концепція світ-системного аналізу видатного американського дослідника Імануїла Валлерстайна продовжила на якісно новому рівні розробку геоісторичних інтуїцій французької школи "Анналів", синтезуючи соціологічний, історичний, географічний і економічний підходи до суспільної еволюції. У теоретико-методологічній розробці світ-системного підходу брали участь також К. Чейз–Данн, Дж. Аррігі, А. Г. Франк, Ч. Тіллі, Дж. Абу Лугод, Дж. Модельські та ін. Ступінь досліджуваності проблеми у пострадянській науці більш скромний. В Україні це, зокрема, стаття В. Танчера, в якій розглядається бачення І. Валерстайном перспектив розвитку соціології у ХХІ ст., а також статті П. Кутуєва та О. Фісуна, присвячені деяким методологічним аспектам концепції світоаналітиків.

У роботі "Аналіз світових систем" І. Валлерстайн зазначив, що найближчі 25–50 років світ еволюціонує до нового світового порядку. Сама ж світ-система визначається як утворення з єдиним розподілом праці та множинністю культурних систем [Валлерстайн І. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / пер. с англ. П. М. Кудюкина ; под общ. ред. Б. Ю. Кагарлицкого. – СПб. : Университетская книга, 2001. – С. 7, 75]. Світ-система без єдиної політичної системи є світ-економією. Вона включає множину політичних і культурних систем, які не є економічно саморегулятивними, а навпаки, взаємозалежними у сфері економічних відносин. Єдиний поділ праці у ній означає, що різні регіони залежать від економічного обміну з іншими регіонами для постійного й плавного забезпечення потреб цих регіонів, – тільки світ-система, на відміну від її частин, є самодостатньою у сенсі стабільного забезпечення власних потреб [Валлерстайн І. Конец знакомого мира: социология ХХІ в. – М. : Логос, 2004. – С. 74].

Німецький економіст і соціолог, один з основоположників світ-системного підходу і теорії залежного розвитку Андре Гундер Франк звертає увагу на те, що світ-система повинна бути лише одна, яка виникла не менше 5 тис. р. т., а згодом через багато численні цикли експансії та консолідації охопила собою весь світ. Це суперечить визначенням Валлерстайном часовим рамкам виникнення цієї системи у ХVІ ст. У ході еволюції світ-системи її центр неодноразово зміщувався.

Оскільки в сучасній капіталістичній світ-економіці основною цільовою функцією економічної діяльності є збільшення прибутку та накопичення капіталу, основний акцент світ-системних досліджень зроблено на аналізі відносин обміну вартостей та отримання додаткової вартості. Наприклад, при дослідженні відносин між регіонами світ-системи відмічається їхня несиметричність, яка полягає в тому, що одні регіони привла-

снюють більшу частину додаткової вартості, а інші – меншу [Там же. – С. 86]. Як основні підсистеми світ-системи виділяють ядро, напівпериферію й периферію. Позиція кожної окремої локальної економіки в одній із цих підсистем визначається через переважаання одного з двох типів виробництва: капіталомісткого та трудомісткого, – економіку з переважанням капіталомісткого виробництва відносять до ядра; економіку, в якій домінує трудомістке виробництво, – до периферії; економіку, в якій приблизно в однакових пропорціях поєднуються ці два типи виробництва, – до напівпериферії. Важливим наслідком цієї закономірності є несиметричність відносин між регіонами світ-економіки: регіони ядра привласнюють надлишки усієї світ-економіки; напівпериферія експлуатується ядром і водночас експлуатує периферію, підтримуючи стабільність світ-економіки. При розгляді структурних підсистем світ-економіки враховуються економічні системи окремих країн. Тому світ-системний аналіз розглядає не лише глобальну економічну систему, а й те що називають локальними економіками.

Здійснюючи аналіз розвитку подій на найближчі 25–50 років найбільш ймовірним є поступовий занепад гегемонії США. Цей період у чомусь аналогічний постританському періоду в другій половині XIX і постголландському періоду в другій половині XVII сторіччя, проте буде відрізнятися від них набагато більшим ступенем безладдя та дезінтеграції, тим станом "хаосу", які характерні для точок біфуркації історичних систем [Фисун А. А. Мир-системный анализ как теория геоисторических изменений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abuss.narod.ru/Biblio/fisun.htm>].

Валлерстайн прогнозує декілька сценаріїв, зокрема протистояння між Японією, Європейським Союзом та Сполученими Штатами за лідерство у виробництві нової продукції. Одночасно може загостритися конкурентна боротьба між Японією та Європейським Союзом за статус країни-гегемона. А найбільш імовірним стане зближення Сполучених Штатів і Японії для протистояння Європейського Союзу [Валлерстайн И. Конец знакомого мира: социология XXI в. – М. : Логос, 2004. – С. 66]. По суті, валлерстайнівський прогноз розподілу сил у новому турі боротьби за гегемонію прямо протилежний відомому сценарію "зіткнення цивілізацій" С. Хантінгтона, який передбачає боротьбу євроатлантичного альянсу (США-ЄС) в союзі з Росією проти японо-китайської об'єднання, до якого може приєднатися ісламський блок [Фисун А. А. Мир-системный анализ как теория геоисторических изменений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abuss.narod.ru/Biblio/fisun.htm>]. Але сьогодні Японія після вибухів на атомній електростанції зосереджена на внутрішніх проблемах. Натомість економічні показники Китаю дають йому можливість претендувати на роль світового гегемона. Крім того, економіки США та Китаю взаємозалежні. Проте, у найближчий час світ не готовий сприймати Китай як посередника фінансово-економічних відносин у світі, роль якого досі виконували США.

**ЗАЛЕЖНІСТЬ У ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ КРАЇНАХ ЦСЄ І СНД:
ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ, ФОРМИ
ТА ПОЛІТИКО-ІНСТИТУЦІЙНІ НАСЛІДКИ**

Застосування категорії залежності, що загалом визначається, як підпорядкованість підпорядкованість процесів соціально-економічного розвитку визначальному впливу країн динаміки центру світової капіталістичної системи, що може мати позитивні або негативні наслідки у безпосередній момент [*Dos Santos T. The structure of dependence // The American Economic Review. – 1970. – Vol. 60, № 2*], останніми роками набуває ваги у дослідженнях трансформаційних процесів у країнах СНД та ЦСЄ, як реакція на методологічний націоналізм основних парадигм дослідження політичних процесів у даних країнах. Провідними методологічними підходами до вивчення залежності є у даних країнах є структурно-інституційний підхід "різновиди капіталізму" та світ-системний підхід.

У контексті "різновидів капіталізму" здійснюється спроба концептуалізувати "залежну ринкову економіку" або "ліберальну залежну економіку" як результат певного поєднання інституційних чинників, що створюють інституційно-детерміновані порівняльні переваги у контексті міжнародної конкуренції [*King L. P. Cental European capitalism in comparative perspective // Beyond Varieties of Capitalism: Conflicts, Contradictions and Complementarities in the European Economy / Ed. by B. Hancké, M. Rhodes, M. Thatcher. – Oxford : Oxford University Press, 2007; Nolke A., Vliegenthart A. Enlarging the varieties of capitalism: the emergence of dependent market economies in East Central Europe // World Politics. – 2009. – Vol. 64, № 4*]. Дані роботи визначаються обмеженням трактуванням залежності (що фактично зводиться до впливу іноземного промислового капіталу в середині країни) та відповідно, в наслідок цього визначення, є вузькими у географічному плані, виключаючи з розгляду пострадянські країни. Світ-системний підхід виходить із визначення становища країн у межах капіталістичної світ-економіки. Головною проблемою є віднесення тієї чи іншої країни до периферії або напівпериферії, проте критерії цього розмежування є досить довільними, що призводить до значних розбіжностей у визначенні результатів трансформації [*Лейн Д. Мировой капитализм и трансформация государственного социализма // Мир России. – 2009. – № 1; Периферизация Восточной Европы в исторической перспективе : материалы научного семинара "Современные процессы развития" под руководством В. Г. Хороса. – М., 2008. – № 4*]. Більш доречним видається визначення конкретних форм залежності, що є засадничими для національних режимів накопичення капіталу, що, у свою чергу, зумовлює інституційні чинники забезпечення даних форм форм інтеграції та їх наслідки для політичних систем [*Bohle D., Gres-*

kovits B. The state, internationazation and capitalist diversity in the Eastern Europe // Competition & Change. – 2007. – № 2; Myant M., Drahoukoupil J. Transtion Economies: Political Economy in Russia, Eastern Europe, and Central Asia. – Hoboken : Wiley-Blackwell, 2011].

Загалом, можна виокремити наступні форми залежності та їх інституційні наслідки:

1. *Залежність від іноземних інвестицій у складне промислове виробництво.* Даний тип залежності є характерним для країн Вишеградської групи. Він вимагає активної ролі держави у створенні економічних та політико-правових передумов із захисту іноземного капіталу та характеризується середнім рівнем соціальної захищеності найманих працівників, що, з одного боку дозволяє заохочувати іноземний капітал, а з іншого – забезпечує певний рівень захищеності. Для даних країн притаманний ліберально-демократичний політичний режим зі зміною правлячих політичних сил.

2. *Залежність від експорту продукції легкої промисловості.* Найбільш яскравими представниками цього типу країн є прибалтійські країни, а також певною мірою Болгарія та Румунія. Внаслідок певних історичних та структурних обставин (наявна на той момент структура економіки, рівень державної спроможності, у деяких випадках – рівень політичної стабільності) ці країни не змогли на початку капіталістичної трансформації піти шляхом першої з зазначених груп. Відносини між працею та капіталом визначаються як "капіталізм без компромісів", рівень соціальної захищеності є низьким. Даний тип залежності є пов'язаним також із фінансовою залежністю.

3. *Залежність від експорту сировини та низькотехнологічної промислової продукції.* Даний тип залежності є характерним країн СНД – виробників енергоносіїв, а також для України. На думку деяких авторів, його генеза визначається високим рівнем стихійності, оскільки супроводжувався значним економічним занепадом та пов'язаною з ним слабкістю державних інститутів, що не змогли стати ефективними чинниками трансформації. Відтак, економічне зростання та процеси класоутворення відбувались в країнах цього типу як наслідок реінтеграції до світового ринку, що супроводжувалась серйозною деіндустріалізацією та спрощенням виробничої структури. Головною специфікою даних країн у порівнянні з залежними країнами ЦСЄ є формування великого монополістичного капіталу національного походження, що утворюється у провідних експортно-орієнтованих секторах, і здійснює визначальний вплив на політичну систему. У наслідок характеру інтеграції до світової економіки, капітал є зацікавленим у низькій вартості робочої сили, що зумовлює значну соціальну поляризацію.

4. *Залежність від закордонних грошових переказів.* У даному разі "інтеграція до світової економіки відбувалась у формі праці громадян за кордоном, нерідко в Росії та в деяких випадках у Центральній та Західній Європі, що відсилали зароблене додому". Даний тип залежності є

важливим для Молдови і деяких країн Середньої Азії, проте також і для України. Загалом даний варіант не має важливих політико-інституційних передумов, що мали б забезпечувати його можливість, і є, скоріше, результатом неспроможності забезпечити інституційні передумови більш складних форм залежності.

5. *Фінансова залежність*, що не формує якогось окремого типу країн, а є притаманною багатьом з країн всередині другої та третьої груп.

Таким чином, можна зробити висновок, що категорія залежності є важливою для характеристики процесів капіталістичного розвитку у країнах ЦСЄ та СНД, і що різні форми залежності пов'язані із досить різними типами політичного та інституційного розвитку.

***У. В. Ільницька, канд. політ. наук, доц.,
НУ "Львівська політехніка", Львів***

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН: ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА НАПРЯМИ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ НАЦІОНАЛЬНИМИ УРЯДАМИ

Міжнародні транснаціональні корпорації (ТНК), як різновид неурядових інститутів, є впливовими суб'єктами міжнародних відносин. Їх значний вплив на світовий політичний процес зумовлений потужними економічними можливостями, значними ресурсами та глобальним характером діяльності. Володіючи величезними ресурсами, автономією у своїх рішеннях та діяльності, ТНК контролюють більше половини світової торгівлі, визначають політику ринкового виробництва і міжнародного розподілу праці, здійснюють регулюючий вплив на міжнародну торгівлю та трансформують світову економіку в міжнародне виробництво.

За масштабністю своєї діяльності, глобальністю операцій транснаціональні корпорації здатні впливати на політику інших держав, посилювати економічну взаємозалежність між країнами та змінювати сферу міжнародних відносин. Наддержавна, наднаціональна діяльність ТНК зумовлює значні трансформації у світовому політичному процесі [Транснаціональні корпорації : навчальний посібник / В. Рокоча, О. Плотніков, В. Новицький та ін. – К. : Таксон, 2001. – С. 7–15].

У сучасному світі нараховується близько 7000 транснаціональних корпорацій, які перетворились на багатогалузеві концерни та мають філії у різноманітних країнах на усіх континентах. Тобто, транснаціональні корпорації функціонують як впливовий суб'єкт міжнародних відносин.

Транснаціональна корпорація (transnational corporation, multinational corporation, multinational company, multinational enterprise) – це підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і проводить єдину політику і загальну стратегію завдяки одному або декільком центрам прийн-

яття рішень. За іншим визначенням, транснаціональні корпорації – це розгалужена мережа підприємств, банків, різноманітних закладів і установ, що діють одночасно (через свої філії) у декількох державах, і їх метою є організація виробництва і отримання прибутку [[Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.grinchuk.lviv.ua/book/36/1616.htm](http://www.grinchuk.lviv.ua/book/36/1616.htm)]. Функціонують транснаціональні корпорації в основному у сфері економіки, однак з метою ефективного корпоративного економічного розвитку втручаються у політичні питання як окремих держав, так і міжнародного співтовариства.

Діяльність транснаціональних корпорацій регулюється міжнародно-правовими документами, які є переважно або регіональними, або ж їх норми не мають імперативного (обов'язкового) характеру. До таких нормативно-правових актів належать: Конвенція про транснаціональні корпорації, підписана Україною 6 березня 1998 р. та ратифікована 13 липня 1999р. (із застереженнями); Регіональна Декларація про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства від 21 червня 1976 р.; Керівні принципи для багатонаціональних підприємств (додаток до Декларації); Кодекс іноземних інвестицій, прийнятий у 1970 р. латиноамериканськими державами – членами Антського пакту 1969 р.; Хартія економічних прав та обов'язків держав, затверджена у 1974 р. резолюцією ООН (містить норми, які спрямовані на захист економічних прав країн, що розвиваються та на обмеження діяльності ТНК); Кодекс поведінки ТНК, котрий розробляється з 1974 р. міжурядовою комісією ООН з транснаціональних корпорацій та Центром із ТНК [Міжнародні неурядові організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-referat>].

Нормативно-правова база регулювання діяльності транснаціональних корпорацій містить певні міжнародно-правові вимоги, дотримання яких зумовить ефективне функціонування ТНК як суб'єктів міжнародних відносин. Зокрема: дотримання норм і принципів міжнародного права; повага суверенітету, соціально-культурних цілей, цінностей та традицій країн, в яких вони здійснюють свою діяльність (країнах перебування); урахування економічних цілей та завдань політики, що проводиться в країнах перебування; невтручання у внутрішні справи держави перебування; відмова вести діяльність політичного характеру; підпорядкованість праву країни перебування (наприклад, щодо обмеження ділової практики, дотримання положень із передачі технологій тощо) співробітництво з країною перебування; утримання від практики корупції.

Однієї з надзвичайно складних і суперечливих проблем, якій дається різна характеристика в працях закордонних авторів, є проблема взаємовідносин транснаціональних корпорацій із національними урядами. Тут можна виділити три основних підходи: ліберальний (ортодоксальний), марксистський (радикальний), націоналістичний (неомарксистський). Кожен з них по-своєму інтерпретує взаємовідносини ТНК і національних урядів. За останні тридцять років ці відносини зазнали змін: від конфліктів до співробітництва. Якщо раніше уряди намагалися обмежити діяльність

транснаціональних корпорацій, то сьогодні ТНК розглядаються ними як засіб зміцнення національних позицій, створення національних переваг. Система відносин між державою і транснаціональними корпораціями розглядається як діалектична єдність протиріч. З одного боку, ТНК є важливим інструментом зовнішньоекономічного і зовнішньополітичного впливу, і держава не може не використовувати це в інтересах зміцнення своїх позицій на світовій арені. З іншого боку, єдність інтересів не виключає наявності протиріч, головними з яких є протиріччя між інтернаціональним глобальним характером операцій ТНК і територіально обмеженою юрисдикцією держави. Держава постійна намагається затвердити контроль над вивозом капіталу, товарів, технологій. Транснаціональні корпорації, здійснюючи стратегію одержання довгострокових прибутків, впливають на економічну кон'юнктуру країни-базування чи приймаючої країни і, в результаті, вступають у протиріччя з визначеними нормами державного регулювання економіки. Варто виокремити негативні наслідки діяльності транснаціональних корпорацій у світовому політичному процесі: порушення економічного балансу в системі міжнародних відносин, руйнування національних традицій, породження конфліктів між культурами, створення екологічних проблем, нанесення збитків національній економіці приймаючої держави, навіть не порушуючи її законів [[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-6268.html>].

Отже в сучасній системі міжнародних відносин транснаціональні корпорації діють як впливовий суб'єкт, визначаючи тенденції світової політики та зумовлюючи трансформацію світового та національних політичних процесів.

***Р. С. Коник, студ., ПНУ ім. В. Стефаніка, Івано-Франківськ
konukr@gmail.com***

ЕМІГРАЦІЙНИЙ ЕТАП ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО ПРИМИРЕННЯ

Питання міжнаціональних відносин в повоєнній Польщі на рівні офіційної влади республіки розглядалося виключно в контексті двосторонніх відносин ПНР – СРСР, в умовах репресій і відсутності свободи слова. Обговорення реальних проблем міжнаціональних відносин відбувалося в середовищі еміграції, яка стала єдиним форумом для представництва інтересів не тільки Польщі й України, але й народів усієї ЦСЄ [Чушак Х. Я. Україна та українці в концепціях польської опозиції 1976–1989 років : дис. ... канд. політ. наук / Львівський національний ун-т ім. І. Франка. – Л., 2006].

Про польсько-українське примирення можна говорити починаючи з кінця Другої Світової війни. Центральне місце зайняло питання примирення, як стабілізуючого чинника ЦСЄ. У перші повоєнні роки міждержавні польсько-українські контакти утримувалися в Парижі В. Гжибовським через О. Шульгіна та у Лондоні безпосередньо екзильним урядом Речі

Посполитої через В. Соловія. Після того як українська еміграція здійснила спробу за допомогою УНР та призначення виконавчого органу консолидувати свої засоби і дії, польський уряд посилив спроби досягнення двостороннього порозуміння [Генік М. А. Польський вектор зовнішньополітичної діяльності державного центру УНР в екзилі-українське. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nikp/2006_2007/Genyk.pdf].

Політичний діалог між Польщею і Україною був започаткований еміграційною пресою, починаючи з 40-х років в таких газетах, як "Наше життя" та "Проблеми національно-державної думки" та польської "Хроніки" й місячника "Культура". Їхня роль полягала у покращенні взаємовідносин, пошуку шляхів довір'я і примирення. Особлива роль була паризької "Культури", де поруч з Мєрошевським, Гєдройцем, Лободовським, Стемповським, а також Вандичем і Камінським на ниві польсько-українського порозуміння виступають українські публіцисти Богдан Осадчук і Костянтин Зеленко. Згодом до українсько-польського порозуміння підключились два українські діаспорні журнали "Сучасність" та "Віднова", де окрім систематично друкованих текстів українських та польських дослідників і публіцистів, кілька чисел присвячено виключно польсько-українським конфліктам і методам їх примирення.

Друга половина ХХ ст. ознаменувалась зрушенням у польсько-українських відносинах. В 50-х роках відбувається перехід до народної дипломатії. Умовно можна виділити наступні проблеми, які порушувались еміграційними колами з приводу польсько-українського примирення: 1. Проблема польсько-українського кордону. 2. Становище національних меншин і негативних стереотипів. 3. Питання незалежності України, її місце в ЦЄ.

Популярний у другій половині ХХ ст. серед еміграції федералістичний рух, який був своєрідним інструментом дезінтеграції існуючого ладу, боротьби за самовизначення і встановлення демократії в країнах соцтабору, спричинився до опрацювання співробітниками журналу проєктів майбутнього устрою регіону ЦЄ. Зокрема у цьому руслі розвивали ідеї Ю. Лободовський, В. Бончковський, Г. Ріпка, Ю. Мєрошевський.

Ю. Лободовський у статті "Проти привидів минулого" доводив необхідність ревізії попередньої політики Польщі в українському питанні, а також важливість для польської державності існування незалежної України. Цією статтею було закладено початок пошукам нових моделей співжиття народів ЦЄ [Łobodowski J. Przeciw upiorów przeszłości // Kultura (Paryż). – 1952. – № 2–3. – S. 14–66].

Юліуш Мєрошевський, всю журналістську діяльність присвятив налагодженню польсько-українського діалогу. Ключову роль в його поглядах відіграла ідея створення федерації ЦЄ. Основне місце в якій відводилось концепції УЛБ. (Україна-Литва-Білорусь), як визначального для долі всього регіону [Osadczyk B. ULB o Mieroszewskim // Kultura. – 1977. – № 7–8 (358–359). – VII–VIII. – S. 207–209].

Під впливом діяльності паризької "Культури" у 1977 році було підписано "Декларацію в українській справі", автором первісного варіанту якої був Богдан Осадчук. Саме Осадчук, завдяки своїй співпраці із відомими німецькими виданнями, такими як "Die Neue Zeitung", "Neue Zürcher Zeitung" спричинився до популяризації польсько-українського питання у медійних колах Західної Європи [Хруслінська І. Навколо "Декларації в українській справі" з 1977 року // Наше слово. – 2009. – № 48. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nslowo.pl/content/view/747/103/>].

Не зважаючи на всю суперечливість підходів до трактування українського питання, використання його часто як інструменту для розвалу СРСР і протиставлення потуг Польщі й Росії, польській еміграційній еліті вдалося зняти гостроту протистояння польського й українського народів, розробити спільну позицію стосовно посттоталітарного майбутнього України й Польщі, сформувати діалоговий плацдарм для співпраці політичних еліт у майбутньому.

М. З. Кривоглава, асп., ICEMB, Київ

ГЕОСТРАТЕГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ У ЦЕНТРАЛЬНІЙ АЗІЇ

Геостратегія України стосовно країн Центральної Азії ґрунтується на розумінні важливості регіону для реалізації національних інтересів України і зміцненні її безпеки. Основними цілями й завданнями зовнішньої політики щодо країн Центральної Азії є: активізація зусиль у напрямі формування нової системи транспортних комунікацій на євразійському просторі (проект TRASECA), в якій Україна стає важливою з'єднувальною ланкою між Європою та Азією; розв'язання проблем диверсифікації джерел енергопостачання для України й подальшого транзиту енергоносіїв в Європу; створення сприятливих умов для інтенсивнішого входження України у центральноазіатський геополітичний простір; сприяння взаємному тяжінню держав СНД, що могли б протистояти гегемоністським амбіціям великих світових держав; інтенсивний розвиток рівноправних торгових взаємин та економічного співробітництва з країнами ЦАР в умовах модернізації економічних систем; реалізація можливостей співробітництва у сфері розвитку інтелектуального потенціалу, формування спільного інформаційного простору, налагодження військового та військово-технічного співробітництва; розвиток співробітництва у галузі безпеки, необхідного у зв'язку із зростанням нерегульованої міграції з азіатських країн через Україну, організованої злочинності та наркобізнесу; співробітництво у сфері владнання локальних конфліктів, боротьби проти міжнародного тероризму; взаємодія в миротворчих акціях міжнародних організацій.

Геополітична стратегія України стосовно країн регіону спирається на загальне бачення геополітичної ситуації в Центральній Азії у контексті інтересів й активних дій зовнішньорегіональних держав, що борються за домінування в ЦАР й посилення власного впливу в умовах утворення

відносного вакууму сили після розпаду СРСР. Загалом можна говорити про відновлення феномену центральноазіатської геополітики як сфери протистояння й боротьби за вплив між великими державами. Економіка регіону не є самодостатньою, її подальший розвиток значною мірою обумовлений спроможністю нових держав увійти до світової економічної системи. Особливістю регіону є відсутність прямих виходів у світовий океан – система центральноазіатських комунікацій пов'язана з сухопутними шляхами. Залучення регіону до світової економічної та цивілізаційної системи залежить від стабільності стосунків з прилеглими країнами (передусім з РФ, Китаєм, країнами ісламського Півдня, США) та безпеки сполучень з ними. Політика держав ЦАР щодо цих держав має бути гнучкою, зваженою, побудованою на компромісах і врахуванні інтересів усіх сторін. Входження України в геополітичний простір ЦАР можливе за умов балансування між інтересами таких зовнішніх сил, як РФ, Західна Європа та США, Туреччина, Пакистан, Іран, Індія, Китай, вплив яких, зумовлений історичною традицією або наявними економічними важелями, стає дедалі відчутнішим і які, зрозуміло, вбачають в інших державах небажаних конкурентів. Отже, входження України до регіону має бути зваженим, поступовим і послідовним.

Геостратегія України має враховувати особливості соціально-економічного і соціально-політичного розвитку країн ЦАР. З 1991 р. у колишніх республіках Центральної Азії відбуваються процеси трансформації соціально-політичного, ідеологічного та економічного устрою. Стратегічною лінією всіх пострадянських країн є розбудова власних ефективних економічних структур і створення надійних систем національної безпеки. Така стратегія пов'язана з поступовим відходом від жорсткої орієнтації на Москву та пошуком нових можливостей розвитку та безпеки у стосунках з іншими країнами світу, зміцненням міждержавних зв'язків у межах і поза межами СНД. Найсуттєвіші загрози в регіоні мають місцеве походження і пов'язані з процесами національно-державної консолідації та легітимації влади, формуванням правового простору, позбавленням пережитків колоніального минулого, трансформацією суспільно-економічної системи, врегулюванням етнічних проблем, недопущенням територіальних суперечок.

Україна та держави Центральної Азії мають важливі спільні економічні та геополітичні інтереси. Існують реальні економічні та політичні підстави для свідомої та послідовної розробки української зовнішньої політики стосовно центральноазіатського регіону. Продуктивність цієї розробки залежить від чіткого усвідомлення реального політичного становища й стратегічних інтересів держав регіону. Центральна Азія має значні природні ресурси і є великим ринком для українських товарів споживчої та промислової сфери. Потреби модернізації й диверсифікації побудованої на монокультурі економіки країн Центральної Азії посилюють активність останніх у пошуках рівноправних і вигідних партнерів, одним з яких цілком реально може бути Україна. Незважаючи на інтенсивне проникнення до країн

Центральної Азії капіталів інших країн, Україна має значні шанси закріпитися на центральноазіатських ринках, оскільки володіє значним інтелектуальним і промисловим потенціалом, здатна створювати конкурентоспроможні виробництва в країнах Центральної Азії, а також забезпечити останні необхідними продовольчими та промисловими товарами.

Стратегія України щодо окремих держав регіону має бути диверсифікованою, враховувати особливості країни, рівень розвитку відносин, пріоритети та сферу обопільних зацікавлень. Особливу увагу доцільно приділити розвитку стратегічного партнерства з Узбекистаном, що є потенційним лідером регіону. Від успішного розвитку цих взаємин значною мірою залежить реалізація інтересів України в ЦАР, а в перспективі – залучення держави до процесу формування нової структури євразійського геополітичного простору. Розвиток взаємин з Таджикистаном відбуватиметься швидше через призму українсько-узбецьких відносин. Тривалий внутрішній конфлікт у цій країні не дозволив сформувати самостійну політику. Його наслідки ще довго визначатимуть зовнішньополітичні орієнтації Таджикистану на Узбекистан та РФ. Взаємини з Казахстаном та Киргизстаном доцільно розвивати на двосторонній основі, враховуючи особливий характер стосунків обох країн з Російською Федерацією і зростання впливу Китаю. Стосунки України з Туркменістаном важливі, насамперед, через постачання туркменського газу в Україну, а також з огляду на проекти побудови транспортних магістралей через цю країну [Центральна Азія: геостратегічний аналіз та перспективні можливості для України : монографія / Б. О. Парахонський, Ю. В. Павленко, А. З. Гончарук та ін. ; За ред. Б. О. Парахонського. – К. : НІСД, 2001].

Н. В. Криворучко, студ., ПНУ ім. В. Стефаника, Івано-Франківськ

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ КООРДИНАЦІЇ СПІВПРАЦІ ЄС – УКРАЇНА

На даному етапі розвитку політичних відносин, Україна задекларувала своє зовнішньополітичне прагнення інтеграції з Європейським Союзом, знаходиться у невизначеному етапі (який плавно переходить в "застійний" етап) переговорів щодо укладання з Європейським Союзом Угоди про Асоціацію (УА) включно із поглибленою та всеосяжною зоною вільної торгівлі (ЗВТ). Тому у процесі інтеграції з європейським правовим, суспільним, економічним, політичним і т. п. простором, намаганням імплементації норм *aquise communitaire* перед Україною постає необхідність вибору предмету, процедури та механізму координації співпраці з ЄС. Чітке розуміння усієї методики координування співпраці з ЄС усіма учасниками, дотриманням усіх норм, правил та процедур, дасть змогу приймати рішення оперативним та ефективно.

Відносинам координації в системі функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування присвячено роботи таких вітчизня-

них науковців як: В. Авер'янова, Г. Атаманчука, В. Бакуменко, Н. Гнидюк, М. Лахижі, В. Білоуса, В. Дерещ, О. Литвинова, І. Максук, Ю. Назара, В. Руденської, В. Федченка, Л. Фещенка, С. Алберта, Н. Гнидюк та ін.

Вибір методу співробітництва у складних національних та наднаціональних структурах, як правило, залежить від багатьох факторів та чинників інтегрованості, залученості до європейського середовища тощо. Кожним з методів повинно бути враховано два основних аспекти: перше – це інституційну динаміку, відтворену в збалансованій участі Ради, Парламенту, Комісії, друге – врахування відповідних суспільних інтересів, представлених цим "інституційним трикутником". Залежно від вибору методики співпраці, виникає певного роду відповідальність як матеріальна, так і моральна [Грицяк І. А. Європейське управління: теоретико-методологічні засади : монографія. – К. : К. І. С., 2006].

Одне з офіційних тлумачень координації у міжнародних відносинах та політичних процесах, пов'язаних із процесом інтеграції, надала у 2000 році Рада Європи. Вона офіційно розтлумачила даний термін як метод інтеграції для країн-кандидатів, розроблений з метою допомогти країнам – членам ЄС поступально розвивати свої політики [The Lisbon strategy and the open method of coordination. 12 recommendations for an effective multi-level strategy // Policy Paper. No. 12. Notre Europe Etudes & Recherches. – Paris, 2005. – S. 8]. Тобто це один із методів стимулювання як секторального, так і загального зближення ЄС з національними політиками для кожної з країн, які висловили євроінтеграційні прагнення.

Серед класичних способів координації, серед науковців прийнято виділяти : горизонтальну, вертикальну, парламентську та змішану [Jesień L. Otwarta metoda koordynacji. Kontekst i znaczenie dla Polski // Polska w Europie. – 2004. – № 1 (45). – S. 53–88]. Вертикальна координація (єрархічна) і горизонтальна (вільна) використовує ринкові, адміністративні, технологічні, бюрократичні, етичні механізми управління, а змішана відповідно, може використовувати вищезазначені методики у їх сукупності. Дані механізми координації функціонують одночасно в просторі і часі, зв'язуючи різних, але об'єднаних спільними інтересами політичних суб'єктів. Водночас оцінка координації – єрархічної чи горизонтальної – опирається на три складові, серед яких: групові зусилля; синергія діяльності; загальне призначення. Ці складові допомагають об'єднати зусилля і прагнення окремих осіб в системі, при цьому центр координації повинен забезпечити ефективність зусиль та діяльності групи, між групами та верствами, а також постійно контролюють та підтримують відносини між загальною метою і діяльністю окремих груп, осіб [Borras S., Jacobsson K. The Open method of coordination and new governance patterns in the EU // Journal of European Public Policy. – 2004. – Vol. 11 (2). – P. 185–208].

Якщо систематизувати підходи та типології координацій, які подаються різними авторами, то складається достатньо широка картина різного роду можливих моделей співробітництва, координаційних відносин

у співпраці з ЄС. Відповідно існує широка варіативність у виборі способу координації відповідно до національних інтересів, державотворчих та нормотворчих особливостей. Метою створення координації політики співробітництва з ЄС є досягнення високого ступеня взаєморозуміння, співробітництва між компонентами системи для створення такого інформаційного простору, який буде оперативним та якісно вирішуватиме завдання у кожній з галузей, на відповідних загальних та локальних рівнях.

Таким чином, координація національної політики щодо інтеграції з ЄС стає своєрідним механізмом переходу від вироблення політики на національному рівні до спільної системи її формування, тобто на наднаціональному рівні. Однак на сьогодні маємо підстави говорити, що в умовах існуючої конституційної системи та підпорядкованості судової гілки влади, координація політики в Україні стає складною проблемою. Сучасні політико-правові процеси не дозволяють констатувати адекватність правової системи у процесі вирішення проблем влади й створенні міцної основи для процесу розробки політики координації співпраці з ЄС та прийняття у цьому контексті ефективних рішень.

Чітке бачення та розуміння процесів інтеграції та співпраці з Європейським Союзом на всіх рівнях співробітництва, розвиток наукових, соціологічних, експертних центрів та широке інформаційне висвітлення їх діяльності, публічне обговорення, можуть пришвидшити процес виконання "домашнього завдання" для України як країни-кандидата, стати джерелом ефективного впровадження внутрішньополітичних умов та правил.

А. С. Момот, асп., КНУТШ, Київ

ДЕСТРУКТИВНІ ЧИННИКИ ТА НАСЛІДКИ ЇХ ВПЛИВУ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СВІТОВОГО ПОРЯДКУ

Розуміння сутності і значення проблеми світового порядку можливе тільки при комплексному розгляді основ його формування і функціонування. Виходячи з цього, відправним пунктом аналізу проблеми світового порядку є не лише визначення його основних вимірів – характеристик, що відбивають емпіричні данні, які узагальнюють дослідження засобів його створення і підтримання, а й визначення деструктивних чинників, які суттєво впливають на трансформацію світового порядку. Зокрема це:

1. *Інформаційні чинники* впливу на систему міжнародних відносин пов'язані із швидким збільшенням обсягів інформації; зростанням складності суспільного устрою; збільшенням складності штучно створюваного людиною середовища свого існування – техносфери, внаслідок чого відбувається зменшення її надійності; виснаженням природних ресурсів планети, внаслідок чого виникла необхідність відмови від пануючої в даний час парадигми екстенсивного розвитку цивілізації і пошуку шляхів інтенсивного розвитку; зростанням екологічної небезпеки і, як наслідок, необхідність

пошуку рішення найактуальнішої і найскладнішої проблеми сучасності – проблеми виживання і подальшого розвитку людства як біологічного виду. Зокрема, у військовій сфері вразливими в умовах інформаційного протистояння стали інформаційні ресурси збройних сил, ВПК, системи управління військами, системи контролю і постійного спостереження, канали надходження інформації стратегічного, оперативного, розвідувального характеру. Враховуючи високу здатність інформаційних озброєнь до інтеграції з іншими традиційними і технологічно новими видами військових засобів, потенційні наслідки безконтрольного застосування інформаційних потоків можуть виявитися катастрофічними для існування людства.

2. Визначаючи *політичну складову* деструктивних впливів на сучасну систему міжнародних відносин, можна сформулювати декілька висновків, що стосуються впливу деструктивних чинників на зміст міжнародних відносин. По-перше, світова політика є результатом глибокої трансформації міжнародних зв'язків і взаємодій, виникнення цілого ряду загальних проблем, вирішення яких вже не може бути знайдене в рамках національно-державних меж. По-друге, світова політика є зоною підвищених ризиків, в якій кожен учасник взаємодії вимушений виходити часто з непередбачуваної поведінки інших, що само по собі породжує умови для виникнення деструктивних чинників. По-третє, деструкція як загальний феномен, що пронизує всі сфери життєдіяльності суспільства, розвивається й підсилюється в соціумі протягом людської історії у ході соціально-політичного розвитку і певним чином проявляється в політичній владі. По-четверте, деструктивний розвиток ситуації в міжнародних відносинах закладений в самій цивілізації, навіть в тих її досягненнях, які прийнято вважати прогресом. Структура міждержавної системи нав'язує всім країнам таку лінію поведінки в тій або іншій сфері політики, яка може суперечити їх суспільним інтересам. Важливими політичними складовими деструктивних впливів на сучасні міжнародні відносини слід вважати: чинник кризовості, ідеологічний чинник, тероризм.

3. *Економічна складову* деструктивних впливів пов'язана із тим, що у сучасному світі кризовий стан однієї економіки за ланцюговим ефектом призводить до рецесії економік інших країн на протилежному боці земної кулі. Так, фінансова криза, яка, як вважають більшість експертів, розпочалася з кризи іпотечного ринку США у 2007 року, поступово поширилась на всю світову економіку. Сьогодні її вплив відчувається у функціонуванні більшості галузей економіки й нашої держави. Так, етнічний конфлікт 90-х років в Югославії мав своїм початком економічні зрушення, викликані нафтовою кризою 1973 року: зростаюча майнова диференціація між різними областями Югославії, зростаюча зовнішня заборгованість та політика МВФ, призвели вже до політичних зрушень. Іншим прикладом можуть бути події 1994 року в Мексиці де порушення прав власті на комунальну землю корінного населення внаслідок дій Банка Мексики призвело до військового повстання. Важливим чинником міжнародних економічних відносин слід вважати незупинний процес гло-

балізації, яку не слід оцінювати однозначно. В сучасних умовах існують довгострокові деструктивні чинники впливу на систему державних фінансів й податків зокрема ("фіскальні терміти"), які зсередини "роз'їдають" цілісність податкової системи країни: електронна комерція та електронні трансакції; електронні гроші; трансферне ціноутворення в межах однієї транснаціональної компанії; офшорні фінансові центри тощо.

4. Роль *енергетичних чинників* впливу на світову систему пов'язана із тим, що сьогодні енергетичний фактор перетворюється на фактор світової політики. Енергоресурси стають ключем до перетворення деяких регіональних держав у світові держави. Формування нової структури міжнародної та регіональної безпеки також тісно пов'язане з енергетичним фактором, оскільки нестабільність, викликана міжнародним тероризмом, може становити суттєву загрозу безпеці транзиту енергоносіїв. Високі ціни – головний індикатор напруженості на світових енергетичних ринках.

Поява на політичній карті світу незалежної України внаслідок глобальних трансформацій останнього десятиріччя двадцятого століття зумовила відчутні перетворення не лише в нашій країні, а й також у найближчому її геополітичному оточенні. На глобальному рівні можливості України, на жаль, є вкрай обмеженими, враховуючи значне зниження її економічного і військового потенціалу, й те, що вона позбавилася ядерної зброї. Внаслідок глобального геостратегічного програшу, Україна на цьому рівні є об'єктом тиску з боку глобальних силових потуг – США та міжнародних фінансових структур, РФ, яка зберігає статус глобальної військово-стратегічної потуги, Європейської спільноти та інших.

Загалом же, сучасна міжнародна система перебуває в стані турбулентності, коли порядок, що утворився поміж її головними суб'єктами після закінчення Другої світової війни розпався, а новий, через ускладненість та інтенсивність трансформаційних процесів у всіх сферах людської діяльності, знаходиться лише на початковій стадії свого формування. Базові принципи підтримки стабільності міжнародного порядку сьогодні намагаються переглянути. Найголовнішим принципом підтримки стабільності міжнародного порядку був принцип балансу сил. Але він працює лише в таких міжнародних системах, які мають чітку ієрархічну структуру, відбудовану на основі силових потенціалів наймогутніших держав. В умовах зростаючої взаємозалежності найактуальнішою проблемою стає організація нового світового порядку, пошук принципів його побудови.

І. Г. Назаровська, асп., КНУТШ, Київ
nazarovska@hotmail.com

ПРЕВЕНТИВНА ДИПЛОМАТІЯ В КОНТЕКСТІ ПОЛІТИЧНОГО КОНФЛІКТУ

Останнім часом у наукових колах постійно зростає увага до ролі превентивної дипломатії в процесі попередження політичного конфлік-

ту. Існує декілька причин цього підвищеного інтересу. По-перше, регулярні руйнівні наслідки активних збройних конфліктів. По-друге, визнання фінансової недоцільності ігнорування та втручання у політичні конфлікти, що вже спалахнули. По-третє, наявність фактів, що підтверджують можливість зменшення напруги напередодні ескалації конфлікту та надання допомоги сторонам при врегулюванні спорів мирним шляхом завдяки поєднанню політичного аналізу, раннього попередження, швидкого реагування та партнерства. Розгляд феномену превентивної дипломатії у спектрі політичного конфлікту, дозволяє відрізнити її від інших форм дипломатії, зовнішньої політики та методів попередження конфліктів, а також виокремити особливі умови її ефективного використання.

Для розкриття зв'язку між двома явищами вважається за доцільне звернення до їх визначень, що й надалі вважатимуться вихідними положеннями цього дослідження. Отже, політичний конфлікт – це протистояння декількох політичних сил, зумовлене зіткненням політичних інтересів й спрямоване на досягнення взаємовиключних цілей [Котигоренко В. Сучасні концепції конфлікту як суспільного явища // Людина і політика. – 2002. – № 3. – С. 82]. Превентивна дипломатія – це профілактичні заходи мирного характеру, що спрямовані на запобігання перетворення політичного протиріччя чи конфлікту на збройне протистояння, та здійснюються державами, міжнародними та неурядовими організаціями з метою збереження миру та безпеки між та всередині держав [Назаровська І. Г. Витоки та еволюція концепції превентивної дипломатії // Політологічний вісник : зб. наук. пр. – К. : "ІНТАС", 2010. – Вип. 51. – С. 175].

Превентивна дипломатія не застосовується до кожного протиріччя чи конфлікту інтересів, не прагне вирішити кожну соціальну або економічну проблему людства, оскільки "не всяке зіткнення інтересів породжує конфлікт їх носіїв" [Політологія: історія та теорія політичної науки / Шляхтун П. П. – К., 2010. – С. 180]. Ці проблеми вирішуються державами за допомогою звичайної дипломатії чи внутрішньої національної політики в умовах стійкого миру та міжнародного співробітництва й навіть сприяють розвитку суспільства. Маючи за мету попередження саме негативних наслідків при здійсненні позитивних функцій конфлікту, превентивна дипломатія звертає увагу саме на політичні конфлікти, які за своєю суттю передбачають досягнення сторонами несумісних цілей за допомогою руйнівних методів. Й навіть у цьому випадку превентивна дипломатія вступає в дію тільки за умов, коли інституту та процедури міждержавного, національного та регіонального рівнів, які відповідають за врегулювання політичних протиріч та конфліктів інтересів, не існують, зазнали краху чи стали недієздатними. Техніки, що застосовуються під час превентивної дипломатії, використовуються також й у ході миротворчості. Єдина дійсна відмінність між ними полягає у тому, що до превентивної дипломатії вдаються до початку збройного конфлікту, а до миротворчих операцій після його спалаху.

Слід також зазначити, що використання при визначенні превентивної дипломатії терміну протиріччя не є випадковим, оскільки під ним розумі-

ється саме те протиріччя, яке лежить в основі політичного конфлікту і є його невід'ємним змістовим елементом. Так, звертаючись до однієї з моделей розвитку політичного конфлікту, яка містить в собі три основних етапи (латентна, відкрита стадія та стадія врегулювання), ця думка підтверджується тим, що саме на початку першої стадії виникає об'єктивна конфліктна ситуація, що характеризується політичною напругою [Коваленко Б. В., Пирогов А. И., Рыжов О. А. Политическая конфликтология. – М., 2002. – С. 98]. У прикладному світі стратегії попередження цей факт відіграє важливу роль, оскільки превентивна дипломатія є ефективним та оптимальним способом врегулювання політичного конфлікту саме на стадії його зародження, коли напруженість і підозрілість між сторонами зростає, але використання насильства ще відсутнє, або має спорадичний характер. Її головна мета на цьому етапі полягає в тому, щоб вчасно виявити конфлікт і вчасно вжити заходів щодо його упередження. Коли врегулювання починає здійснюватися на початку безпосереднього наближення збройної боротьби, першочерговими стають найбільш складні завдання: запобігання бойових дій, розведення конфліктуючих збройних угруповань тощо.

Саме ці особливості зумовлюють оптимальність використання превентивної дипломатії з метою запобігання збройним політичним конфліктам, оскільки вона забезпечує максимальне виконання позитивних та стабілізуючих функцій політичного конфлікту та сприяє уникненню негативних.

М. В. Наконечний, студ., КНУТШ, Київ
goodvin_m@hotmail.com

ФОРМУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Зміни в сучасному соціокультурному і політичному просторі обумовлені глобалізаційними процесами, що безпосередньо зачіпають основи, на яких побудована сучасна цивілізація.

Важливе значення для стану сучасного постіндустріального світу мають такі реалії як: "змішування" народів за рахунок великої активності міграційних процесів; часткова, або ж повна асиміляція певних національностей; радикальність ідеологічних засад певних теократичних держав чи окремих територіальних одиниць, що прагнуть до здобуття незалежності; численні загрози глобального характеру, що існують в сучасному світі: транснаціональні небезпеки, глобальні епідемії (або так звані пандемії), глобальна організована злочинність, деградація навколишнього середовища та загроза з боку ядерного тероризму.

В цих умовах посилення напруги у міжнародних стосунках здійснюється, з однієї сторони, за рахунок намагань розвинутих та потужних держав впливати на політику менш розвинутих та менш потужних і маніпулювати нею задля досягнення домінантної чи монопольної позиції у

сфері використання ресурсних баз цих країн, а з іншої через прагнення так званих "країн третього світу" до перерозподілу сталого пост воєнного світу, що реалізуються, здебільшого, за рахунок ескалації різноманітних геополітичних конфліктів.

Всі вищезгадані проблеми не можуть бути вирішеними жодною з націй-держав поодиноці, бо, так чи інакше, пов'язані з інтересами багатьох інших держав світу. Їх позитивне дослідження потребує, як максимального охоплення усіх існуючих аспектів сучасної архітекτονіки, так і формування якісно нового підходу до самих проблем, що виникли, через пошук нової методології їх осмислення та тотальне переосмислення набутого людством досвіду.

Таким чином, можна стверджувати, що триває особлива фаза розвитку світу, позначена пошквалюванням трансформаційних процесів та актуалізацією цілого масиву нових питань і проблем, що потребують свого вирішення.

У той же час, ще однією з актуальних проблем подібного масштабу є проблема пошуку і формування нових підходів та концепцій ідентичності, що відповідали б існуючій динаміці змін, викликаних глобалізаційними трансформаціями. Доволі яскравим прикладом подібного пошуку є сучасний Європейський Союз, що вже пройшов доволі тривалий шлях, у своєму формуванні та розвитку, набувши, при цьому, деякого особливого досвіду, що містить як помилки, так і здобутки та може бути конструктивно використаний у подальших пошуках і дослідженнях.

Не зважаючи на те, що основними підґрунтями цієї новітньої формації є співпраця з питань безпеки та співпраця в економічній сфері, проте, подальше конструювання та розвиток Євросоюзу потребують створення і єдиного узгодженого культурного простору, що дозволило би поглибити європейську інтеграцію країн-членів ЄС. Саме цим зумовлене пошквалювання пошуку шляхів та розробки концепцій, які дали би змогу створити єдину культурну платформу, а отже – й єдину європейську ідентичність.

Хоча питання про необхідність формування єдиної європейської ідентичності, ще досі, є доволі спірним та неоднозначним, проте, видається доволі очевидним, що лише створивши єдину, збалансовану та вивірену, культурну платформу ЄС, насправді, зможе досягти поставлених цілей. А створення такої культурної платформи, у свою чергу, є цілком неможливим без створення й відповідної єдиної ідентичності – спільного, узгодженого, легітимованого та позбавленого деструктивних суперечностей, ідейного та смислового поля, що є запорукою існування будь-якої державної формації. Важливо, також, зауважити, що мова йде не стільки про створення єдиного зразка нової культурної, політичної, релігійної, духовної чи іншої ідентичності, скільки про, своєрідний, "модуль", що узгоджував би та міг гарантувати взаємопорозуміння і більш конструктивну взаємодію існуючих версій національної ідентичності країн-членів ЄС.

Вагомим доказом актуальності подібних пошуків можуть бути події останніх років. Зокрема, мова йде про, визнаний, провал політики "му-

льтикультуралізму", що сповідувалася основоположними країнами ЄС та Великою Британією [Британський прем'єр засудив політику мультикультуралізму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aratta-ukraine.com/news_ua.php?id=13052; Провал політики мультикультуралізму у Європі сприяє поширенню праворадикальних сил. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/27109>; Саркозі: Політика мультикультуралізму зазнала поразки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.credo-ua.org/2011/02/40614>]. Також, не зарекомендувала себе й політика "плавильного котла", що активно пропагується США, проте, поки що залишається неприйнятною для націй-держав Європи.

Ще одним чинником є поглиблення проблем, пов'язаних з невдалими спробами подолання наслідків нещодавньої економічної кризи, що, фактично, переформатувала звичну динаміку функціонування як світової економічної системи загалом, так і національних економік багатьох держав, зокрема. Прикладом тому можуть слугувати серйозні економічні проблеми в Греції, загроза актуалізації подібних проблем в Іспанії, Італії та деяких інших державах, що входять до складу ЄС.

Робити серйозні висновки, поки що рано, проте, підсумовуючи вже сказане, варто звернути увагу як на сам факт існування подібної проблеми, так і на її актуальність, у зв'язку із причинами, що її зумовлюють.

Ю. Р. Олійник, асп., НУ "Львівська політехніка", Львів
Juli4ka@list.ru

"АСОЦІАЦІЯ" В КОНТЕКСТІ ЛІСАБОНСЬКОЇ УГОДИ

Європейський Союз починаючи з 1990-х років укладає угоди "Про асоціацію" з державами Центральної та Східної Європи. Метою таких угод є поступова інтеграція до ЄС.

1 грудня 2009 р. набрав чинності "Договір реформування" або "Лісабонська угода". Це нова базова угода, яка визначає принципи функціонування Європейського Союзу. Її офіційною назвою є "Лісабонська угода про внесення змін в Угоду про Європейський Союз й Угоду про заснування Європейської Спільноти" (англ. Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community). Офіційне підписання цієї угоди відбулося 13 грудня 2007 р., після чого документ мав бути ратифікований національними парламентами 27-и держав Євросоюзу. Станом на 13 листопада 2009 р. Угоду ратифікували всі члени ЄС [Європейська інтеграція на початку нового тисячоліття : довідник / укл.: А. Круглашов, І. Озимок, Т. Астапенко, В. Руссу. – Чернівці, 2010. – Ч. 1].

Лісабонська угода повинна замінити Угоду про Конституцію Європейського Союзу. Формально, ця угода не є Конституцією (зокрема, у ній не згадується про гімн чи прапор ЄС), проте документ містить у собі всі

ключові положення, що були не ратифіковані у Євроконституції, а також передбачає суттєві зміни, що спрямовані як на посилення інститутів ЄС, так і на тіснішу інтеграцію Союзу загалом.

Станом на лютий 2012 р. Україна досі перебуває на етапі підписання угоди "Про асоціацію". Саме тому необхідним є аналіз інформації щодо вимог до угоди "Про асоціацію", яка міститься в Лісабонській угоді. Таку інформацію, зокрема, можна знайти у розділі V, статтях 216–219. Базовою є ст. 217, у якій зазначено, що Союз може укладати угоди "Про асоціацію" з однією або кількома державами або міжнародними організаціями з метою встановлення асоціації, що включає взаємні права та обов'язки (сторін угоди – Ю. Р.), їх спільні дії та спеціальні процедури (щодо її підписання та реалізації – Ю. Р.)" [Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community] [Electronic source]. – Access mode: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0047:0200:EN:PDF>.

Відповідно до ст. 217 даного договору, угоди між ЄС та "третіми" державами чи міжнародними організаціями повинні бути узгоджені та укладені відповідно до такої процедури. До початку переговорів щодо угоди "Про асоціацію" Рада міністрів ЄС, консенсусним голосуванням, надає повноваження Європейській Комісії на проведення переговорів, офіційного переговорника від імені ЄС. Після закінчення переговорів за пропозицією Європейської Комісії та зі згоди Європейського парламенту, Рада ЄС погоджує підписання даної угоди. Наступним кроком є підписання угоди з державою (організацією) офіційним представником Ради ЄС.

У п. 5 ст. 218 вказується, що "Рада ЄС, за пропозицією переговорника, має прийняти рішення, що дозволяє підписання угоди та, якщо необхідно, її тимчасове застосування перед набуттям чинності". Тимчасова угода набуває чинності після ратифікації її державою-асоціантом. Після офіційного підписання угоди "Про асоціацію" розпочинається процес ратифікації цієї угоди державами-членами ЄС. Для того, щоб даний етап успішно завершився, необхідно провести державою-асоціантом змістовну роботу в рамках двосторонніх стосунків з членами ЄС, а також їх національними парламентами. Цей процес може тривати до 5 років, після чого угода "Про асоціацію" набуває чинності. З вищесказаного можна зробити висновок, що Євросоюз притримується тактики прийняття виважених та поступових рішень щодо вступу нових членів.

У процесі підписання угоди одну з найважливіших ролей відіграють переговори. Їх завданням є всебічне реформування суспільства країни-асоціанта, з метою забезпечення державного виконання обов'язків, що випливають із членства в ЄС. Окрім того держава-асоціант веде переговори про членство в ЄС з його учасниками, використовуючи про цьому різноманітні дипломатичні ходи для лобіювання власних інтересів (передусім, членство в ЄС) в державах-членах ЄС.

Водночас, аналізуючи попередні етапи розширення ЄС, аналітики стверджують про відсутність часових або інших обмежень, у рамках

дослідження процедурної стадії переговорів, а тому тривалість кожного етапу вступу визначається чинниками передусім політичного, а не юридичного характеру [Лісабонський договір: нові можливості для євроінтеграції України крізь призму компромісу // Українська правда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2008/01/29/3358920/>]. Зокрема, на нашу думку, безперечним залишається той факт, що Україна для ЄС виступає стратегічним партнером. Проте її зобов'язання у процесі виконання Плану дій Україна-ЄС не виконані у певній мірі (не враховуючи задекларовані спільні сфери інтересів, такі як безпека та мир на континенті, економічна співпраця, культурні зв'язки, тощо). І такими проблемами, що потребують негайного вирішення є: боротьба з корупцією, забезпечення незалежності судової влади та виконання соціальних реформ, а також певні внутрішні чинники – надмірне протистояння всередині владних структур, брак кадрового та фінансового забезпечення, що також є першочерговими завданнями на шляху до євроінтеграції. Важливими і нагальними є реформи в Україні (економічна, судова, завершення конституційної), що має забезпечити становлення належної системи стримувань і противаг.

Сьгодні прийнято вважати, що завдяки підписанню нової угоди з ЄС, Україна відкриє кращий шлях майбутнього в "об'єднаній та могутній" Європі [Лісабонський Договір: аналіз впливу на відносини між ЄС та Україною у міжнародній, безпековій та оборонній політиці / упоряд.: О. Коломієць, М. Золкіна, Д. Головньов. – К., 2011]. Йдеться про те, що процедура розширення ЄС, визначена у Лісабонській угоді, повинна позитивно вплинути на євроінтеграційні процеси в Україні, а відповідна правова база посилити їх.

На даному етапі Україна не є кандидатом на вступ до ЄС, проте угода "Про асоціацію" посприяє тому, що Україна з часом може також набути статусу повноправного члена Євросоюзу.

О. В. Павлятенко, студ., КНУТШ, Київ
oksanapavlyatenko@ukr.net

КОНЦЕПЦІЯ "ЗІТКНЕННЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙ" С. ХАНТІНГТОНА ЯК МОДЕЛЬ ГЕОПІЛІТИЧНОГО РОЗВИТКУ СВІТУ

Сучасний стан міжнародних відносин характеризується ускладненням політичного процесу за рахунок залучення до нього нових активних гравців. Народи й уряди незахідних країн вже не виступають як об'єкти колоніальної і неокolonіальної політики, а поряд із державами Заходу самі починають творити свою історію.

Якщо в оцінках минулого науковці та політики в цілому солідарні, то моделі майбутнього світового устрою істотно різняться. Однією з найбільш відомих "проекцій майбутнього" є концепція "зіткнення цивілізацій" Самюеля Хантінгтона, що, починаючи з першої публікації в журналі

"Foreign Affairs" 1993 року і до сьогодні, привертає увагу як вчених, так і світової громадськості. Під впливом даної концепції поширилося усвідомлення, що напруга між цивілізаціями здатна суттєво ускладнити і без того непросту міжнародну обстановку, викликати ряд небажаних конфліктів і взаємних агресивних дій. Події 11 вересня 2001 року, окупація силами коаліції Іраку, трагічні події в Чечні, створення теократичної держави в Ірані, зростання ксенофобських настроїв зумовили обговорення проблем взаємодії цивілізацій на перші сторінки газет, зробили темою багаточисельних досліджень.

Згідно з центральною ідеєю Самюеля Хантінгтона, із закінченням холодної війни світова історія продовжується в контексті наростаючих зіткнень між основними цивілізаціями: західною, православною, ісламською, конфуціанською, індуїською, латиноамериканською, африканською. "Замість залізної завіси ідеологій в майбутньому буде встановлена "оксамитова завіса" релігій (цивілізацій)" [*Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций. – М. : АСТ, 2003]. Міжцивілізаційні конфлікти проявлятимуться в двох формах: на локальному (мікрорівні) – конфлікти по лініях розлому, тобто між сусідніми країнами, які належать до інших цивілізацій та всередині однієї держави між групами різних конфесій; на глобальному (макрорівні) – конфлікти між провідними державами, в яких проявлятимуться масштабніші проблеми міжнародної політики.

Приналежність до певної цивілізації є найважливішим рівнем самоідентифікації особистості й відмінності між ними є не просто реальними, а фундаментальними. Вони відрізняються одна від одної історичним минулим, культурою, звичаями, і, що найважливіше, – релігійною приналежністю. У нову епоху, що прийшла на зміну холодній війні з її біполярністю, основним джерелом конфліктів стає не ідеологія, а культурні і релігійні відмінності: "в майбутньому найбільш кровопролитні конфлікти будуть відбуватися вздовж кордонів, які розділяють цивілізації одна від одної" [*Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций? // Полис. – 1994. – № 1. – С. 33–48]. Хоч національні держави і залишатимуться найважливішими акторами міжнародних відносин, протиріччя та зіткнення мають місце, переважно, між країнами, націями, що представляють різні цивілізації. Яскравим підтвердженням даної тези є події останніх двадцяти років. Головною віссю міжнародної політики стають відносини між Заходом та "іншими", в ролі яких виступають, насамперед, ісламська і конфуціанська цивілізації [*Назаретян А. П.* "Столкновение цивилизации" и "Конец истории" // Общественные науки и современность. – 1994. – № 6. – С. 140–146].

Задля уникнення цивілізаційного конфлікту глобальних масштабів Самюель Хантингтон формує декілька політичних рекомендацій, найважливішими серед яких є необхідність більшої і тіснішої економічної та політичної інтеграції для підтримання безпечки між європейською і північно-американською складовою західної цивілізації, стримування розвитку ядерних потужностей і зброї масового знищення в ісламських країнах

і Китаї, підтримка і розвиток військово-технологічного рівня західних країн. Не менш важливим є мінімальне втручання в культурну і політичну сферу інших цивілізацій, не нав'язування своїх стандартів поведінки, повага до чужої філософії та релігії. Разом з тим, тісніша співпраця з православним світом дасть змогу стримувати мусульманську і китайську загрози. Основне завдання провідних держав полягає в недопущенні розростання локальних конфліктів в глобальні міжцивілізаційні війни з катастрофічними наслідками [Межуев В. М. Судьба цивилизаций: конфронтация или диалог? // Личность. Культура. Общество. – 2003. – № 3. – С. 44–54].

Теорія цивілізаційного конфлікту Самюеля Хантінгтона є моделлю з високою ступінню ймовірності геополітичного майбутнього світу. Реалії сьогодення підтверджують, що міжнародно-політичну ситуацію все більше визначають проблеми культури, релігії, міжнаціональних відносин. Консенсусу в таких питаннях досягти набагато складніше, ніж навіть в торгово-економічних, і в цілому це знижує запас стійкості існуючої глобальної системи, створює додаткові джерела напруги і конфліктів. Недопущення глобальної катастрофи, про яку ще на початку 90-х рр ХХ століття заговорив американський політолог, є основним завданням міжнародного співтовариства в умовах накопичення міжцивілізаційних протиріч.

А. П. Ремізов, здобувач, КНУТШ, Київ
remizoff.artem@gmail.com

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ "FAILED STATE" В ЗАХІДНІЙ АНАЛІТИЦІ

Протягом останніх двох десятиліть проблематика "держав, що не відбулися" ("failed states") перетворилася на одну із головних у політичному і науковому дискурсах країн Західного Світу, особливо США. Закінчення ери "холодної війни" і розпад біполярного світу ознаменувало загострення кризових явищ у низці держав так званого Третього світу, які після втрати своїх могутніх покровителів як з одного, так і з іншого боку, виявились нездатними контролювати політичну ситуацію і захищати суверенітет на власній території.

Приголомшуючий спалах внутрішнього насилля в Руанді і розпад таких держав як Сомалі та Югославія на початку 90-х років ХХ століття стало поштовхом для концентрації уваги державних діячів і політичних експертів на проблемі передбачення і, де можливо, запобігання краху інших держав ("state collapse"), зростання кількості випадків яких загрожувало б перетворитись на "новий світовий непорядок". Так, задля виконання даної мети адміністрацією президента США Білла Клінтона ще у 1994 році було створено аналітичну групу "State Failure Task Force", яка виявила деякі чинники (наприклад, високий рівень дитячої смертності), що корелюються з "державною неспроможністю" ("state failure"). Проте, американські політичні кола розглядали проблему "слабких держав" ("weak states") переважно з гуманітарної точки зору, а не як таку,

що лежала в площині національної безпеки. Однак, події 9 вересня 2001 року кардинально змінили зовнішньополітичні пріоритети США, що знайшло своє відображення в стратегії національної безпеки країни 2002 року: "Америка тепер зазнає меншої загрози від держав-завойовників, аніж від тих, які рухаються до своєї неспроможності ("failing states")". Адміністрація президента Барака Обами, за словами американського дослідника Патріка Стюарта, майже не змінила курс своїх попередників, і навіть збільшила риторичний фокус на проблемі "крихких держав" ("fragile states"), вживши як політичних, так і військових заходів з метою посилення своєї здатності впливати на них. Дійсно, в пошуках підходів до підтримки найбільш уразливих світових держав, забезпечення порядку на їх "некерованих просторах", і пом'якшення негативних "побічних результатів" від існування "держав, що не відбулися", уряд США та його союзники (від Великої Британії до Світового Банку) затвердили нові доктрини, перерозподілили бюджети, і започаткували нові місії з попередження конфліктів і розбудови держав ("state-building"). Таке стрімке посилення діяльності в цьому напрямі є відображенням спільного переконання даних міжнародних акторів: у взаємозалежному світі, наша колективна безпека настільки міцна, наскільки міцною є її найслабкіша ланка [Stewart M. Patrick. *Weak Links: Fragile States, Global Threats, and International Security*. – Oxford University Press, 2011].

Справедливо постає питання щодо критеріїв, які застосовуються західними лідерами та їхніми політичними радниками до визначення такого стану як "failed state". В академічній літературі, слідом за британським вченим Айданом Хехіром, в цілому можна виокремити два підходи до трактування даного феномену [Hehir Aidan. *The Myth of the Failed State and the War on Terror: A Challenge to the Conventional Wisdom* // *Journal of Intervention and Statebuilding*. – 2007. – Vol. 1, № 3. – P. 313]. Перший, так званий локківський або гобсівський підхід, до якого належать Вільям Зартман та Роберт Ротберг, при розгляді стану "state failure" акцентує увагу, в першу чергу, на нездатності держави надавати своєму населенню послуги, для забезпечення яких вона і існує. Обидва автори, вказують на значну численність таких послуг, розташовуючи їх в порядку важливості, – від забезпечення безпеки, захисту власності і права на політичну участь до забезпечення інфраструктури і соціальних послуг, таких як охорона здоров'я і освіта. Причому, Ротберг наголошує на необхідності розглядати перетворення країни на "державу-невдачу", зазвичай, як повільний і поступовий процес, під час якого держава, втрачаючи ознаки своєї "спроможності" ("stateness"), рухається вниз уздовж континууму "слабка держава" ("weak state") – "держава, що занепадає" ("failing state") – "держава, яка не відбулася" ("failed state") – "держава, що зазнала краху" ("collapsed states"). У рамках другого, так званого веберівського, підходу до "failed state" (представники – Роберт Джексон, Стівен Краснер), "failed state" визнається така держава, яка втратила свій "позитивний", внутрішній суверенітет, тобто здатність забезпечува-

ти мир для своїх громадян і монопольне право на застосування насилля в межах своїх кордонів.

Проте, незважаючи на безпрецедентну увагу з боку політиків і науковців до феномену "failed state", на думку багатьох сучасних експертів, ця концепція залишається розпливчастою і неоднозначною. Такі дослідники як Патрік Стюарт, Чарльз Колл, Джастін Логен і Кристофер Пребл у своїх працях вказують на необхідність серйозного доповнення її положень, а то і взагалі перегляду. Їхні критичні зауваження можна узагальнити наступним чином: 1) нерозв'язана проблема дефініції поняття, визначення детальних характеристик і вимірювання індексів "failed state", супер-агрегації дуже відмінних між собою видів держав і їхніх проблем, внаслідок чого, такі країни як Північна Корея і Уганда можуть знаходитися поруч у рейтингу "країн, що не відбулися"; 2) таке вирівнювання під одну лінійку всіх "проблемних" держав має наслідком "прописання тільки одних ліків" для всіх "хворих" – "більше порядку", що відповідає інтересам розвинутих країн і не враховує численні специфічні інтереси населення країн Третього світу, в яких Захід вбачає загрозу своїй безпеці, асоціюючи дані "некеровані території" з проблемою міжнародного тероризму, транснаціональної злочинності і наркобізнесу, розповсюдженням зброї масового знищення і смертельних епідемій (що також останнім часом піддається сумніву); 3) акцент на побудові порядку і стабільності в процесі "state-building" робить пріоритетним технократичну розбудову державних інститутів (поліції, армії, соціальних служб), ігноруючи при цьому питання демократизації, рівної репрезентації різних соціальних груп та практик підзвітності уряду, що є більш загрозливим для будь-якої, навіть мирної, держави; 4) ототожнення "побудови миру" ("peace-building") і "розбудови держави" ("state-building"), які не завжди можуть доповнювати одне одного. Так, при розбудові державного апарату, який служить етнічній або іншій меншості, є велика загроза миру; і навпаки, визнання миру, за яким за лідерами військових угруповань зберігається право розподіляти і захоплювати національні ресурси, призведе до руйнування процесів державотворення; 5) повторення помилки теорії модернізації – припущення, що всі держави на певній стадії свого розвитку досягають успішного стану та отримують своєрідний залізк за наближення до Західного типу держави, який, в свою чергу, є лише нездійсненим ідеалом, недосяжним навіть для найбільш розвинутих країн світу; 6) даний патерналістичний характер ярлику "failed state" є, в певній мірі, інструментом замовчування історичної ролі Заходу у виникненні на теренах постколоніальних держав бідності, війн і слабких політичних інститутів.

Однак, незважаючи на аналітичні вади в сучасних підходах до "failed states", на думку більшості дослідників, потреба у розрізненні країн, що розвиваються, на основі їхньої відносної інституційної міцності є досить високою. Проте, це вимагає від науковців і експертів більшого розуміння того, які саме функції дані держави мають виконувати і вдосконалювати, і як з часом змінилися внутрішні і зовнішні очікування стосовно даних

функцій. Також, актуальним залишається дослідження взаємозв'язку політичного режиму і державної спроможності, оскільки саме в політичній площині лежить причина перетворення держав, особливо тих, в яких функціонував "гібридний" тип політичного режиму, на "держави, що не відбулися".

О. О. Супрун, студ., КНУТШ, Київ
marilyn-m@ukr.net

РОЛЬ ЛАТИНОАМЕРИКАНСЬКОЇ РАСОВО-ЕТНІЧНОЇ ГРУПИ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ США

Із кожним днем проблема національних меншин, зокрема громадян латиноамериканського походження, у США стає все гострішою. Поступово зі зростанням кількості латинос в США зростає і їх значення в політичних процесах, зокрема електоральних. І сьогодні, на відміну від ситуації, що панувала у минулому столітті, інтереси іспаномовного населення вже у жодному разі не можна ігнорувати.

Відповідно до даних перепису населення США за останні 10 років кількість представників расово-етнічної групи латиноамериканців збільшилася від 35,3млн. у 2000 р. до 50,5 млн. осіб у 2010 р., у відсотковому відношенні зростання відбулося на 3,8 %, в той час як кількість білого населення зросла лише на 1,2 %. Сьогодні, за підрахунками експертів, 50 % дітей до 5 років є представниками національних меншин. Усе це свідчить про те, що представників расових меншин поступово стає все більше і більше, а білої більшості – все менше. Тож, не виключено, що одного дня настане той час, коли представники білої раси виявляться вже у меншості.

У контексті проблеми політичної активізації латиноамериканських мас варто, насамперед, розглянути мовне питання. Відомо, що іспанська стала найбільш поширеною після англійської мовою у більшості штатів. Статус англійської мови як державної не закріплений Конституцією США, однак визнаний основною мовою в країні відповідно до традиції. Втім у таких штатах як Нью-Мехіко, Техас, Арізоні, Неваді, Каліфорнії, Флориді та Вірджинії іспанська мова вживається наряду з англійською як друга офіційна. Усе це сприяє тому, що тепер вихідці з Латинської Америки для досягнення успіху і кар'єрного зростання, для комфортного і повноцінного життя навіть не потребують вивчення основної мови США. Неабияким поштовхом до політичної активізації іспаномовного населення США було прийняття поправки до Закону Про виборчі права 1975 р., що передбачала усунення головної причини електоральної пасивності іспаномовних громадян, а саме сприяння етнічним меншинам у перекладі виборчих матеріалів.

Взаємодія представників латинос із політичною системою США пройшла ряд етапів: від участі в електоральному процесі через лобізм

до представництва в суспільно-політичних організаціях та врешті-решт органах державної влади. На зростання політичної активності іспаномовних мас значний вплив справило прийняття Закону Про виборчі права 1965 р. та внесення поправок до нього 1975 р. Відповідно відразу спостерігалось значне збільшення кількості представників латиноамериканського походження на виборних посадах: у федеральних органах влади, законодавчих, судових та правоохоронних органах штатів, муніципалітетах та навіть відділах освіти. Розповсюдження закону сприяло зміні способу нарізки виборчих округів в бік більшої їх етнічної гомогенності, що у свою чергу також спричинило зростання політичної активності іспаномовних: "На початку 1990-х, 7 вихідців з Латинської Америки стали членами Палати Представників. У 2001 р. кількість зареєстрованих іспано-американських виборців в подібних округах було на 33 % більше, ніж в округах з білою більшістю" [*Пигинешева А. П.* Внесение поправок в Закон Об избирательных правах 1965 года как фактор повышения политической активности латиноамериканских диаспор в США // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 41 (179). – С. 151]. Тож, сьогодні впевнено можна стверджувати, що іспаномовні американці здійснюють значний вплив на формування соціально-економічного та зовнішньополітичного курсів держави, і навіть безпосередньо впливають на трансформацію політичної бази Республіканської і Демократичної партій США, а також інших політичних інститутів американського суспільства. На підтвердження цього факту можна навести багато прикладів успішної діяльності політиків латиноамериканського походження. Зокрема таким прикладом може бути успішна діяльність політика і державного діяча А. Вілларайгоси, який здобув перемогу на виборах мера міста Лос-Анджелес у 2005 р., і залишається на цій посаді і досі, завдяки вдалому застосуванню ним стратегії Д. Дінкінса – йому вдалося консолідувати "кольоровий" та білий електорат: "за Вілларайгосу віддали свої голоси 84 % латиноамериканців, половина проживаючих в Лос-Анджелесі афроамериканців, а також половина білих". Кандидат на посаду 45-ого президента США М. Ромні також розуміючи необхідність об'єднання меншин, і, зокрема, залучення на свій бік латиноамериканського електорату, привселюдно визнав своє мексиканське походження і навіть створив спеціальний іспаномовний рекламний сюжет, що апелює виключно до латиноамериканської меншини.

Хоча й відзначають іноді, що у державних структурах латинос представлений недостатньо: як по відношенню до загальної кількості латиноамериканської діаспори, що проживає в США, так і по відношенню до кількості посад, зайнятих представниками інших расово-етнічних меншин, справедливо буде визнати, що протягом останнього десятиліття відбулося значне зростання політичної активності вихідців із Латинської Америки повсюдно на території США. Тож, на початку XXI ст. кандидати на посаду 45-ого президента у своїх виборчих кампаніях вже не можуть ігнорувати інтереси "кольорових" меншин, натомість у значній мірі ма-

ють орієнтуватися саме на них, а особливо на вихідців із країн Латинської Америки, адже саме латиноамериканська діаспора зростає найбільш швидкими темпами. А недооцінюючи важливості врахування інтересів найчисленнішої расово-етнічної групи, політик приречений на поразку. Однак варто і враховувати також те, що правозахисні організації, вправно працюючи, борються за все більше розширення прав національних меншин, і в кінці-кінців прагнуть домінування у сфері державного управління. Враховуючи видатні успіхи латиноамериканців у цій сфері за останнє десятиліття, схоже, що вони обрали рекламний слоган передвиборчої кампанії А. Вілларайгоси за девіз власного життя: "Оберемо свого для власного ж захисту! Об'єднуємо ком'юніті!" Врешті-решт білій людині є чому у них повчитися.

Я. Б. Турчин, д-р політ. наук, доц., НУ "Львівська політехніка", Львів
turchynj@ukr.net

"М'ЯКА СИЛА" УКРАЇНИ В ПОЛЬЩІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Упродовж останніх років пріоритетним завданням державної політики є формування привабливості та позитивного іміджу України, розвиток стратегії "м'якої сили" як ефективного способу посилення впливу в системі міжнародних відносин і реалізації національного інтересу. Одним із стратегічних партнерів України є Республіка Польща, що зумовлено кількома причинами, по-перше, історичною спільністю українського і польського народів, по-друге, інтенсивністю економічних взаємин, по-третє, активністю польської сторони в лобюванні інтересів Києва на шляху до членства в ЄС. Більшість польських політиків схиляються до думки, що від розвитку суспільно-політичних подій в Україні залежать геополітичний успіх та лідерство самої Польщі. Іншим зближувальним фактором у відносинах Варшави і Києва є підготовка та проведення чемпіонату світу з футболу Євро-2012. Інститут світової політики провів дослідження, спрямоване на виявлення якості реалізації Україною "м'якої сили" в регіоні. За його результатами індекс "м'якої сили" української держави в Польщі становить 4 бали за десятибальною шкалою. Під час розрахунків було використано та оцінено різні параметри зовнішньої політики Києва, насамперед, внутрішній і зовнішній курс країни (4 бали), впливовість української громади в РП (4 бали), діяльність посольств України (3 бали), популярність української культури (5 балів), привабливість української продукції (3 бали) [М'яка сила України: ТОП – 30 асоціацій з Україною в регіоні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docs.google.com/>].

Найбільш вагомим елементом "м'якої сили" України у Польщі є культурний чинник, адже інституалізація українсько-польських відносин розпочалася, фактично, з галузі культури, освіти і науки, що, власне, і є

зручною платформою для реалізації Києвом стратегії "м'якої сили" [Рудницький С. В. Чинник українсько-польської співпраці у процесі реалізації інтересів польської національної меншини в сучасній Україні // Політологічний вісник. – К. : ІНТАС, 2011. – Вип. 52. – С. 372]. Важливою складовою стратегії "м'якої сили" України є популяризація національної мови, що сприяє поширенню української культури, розвитку економічної і соціальної взаємодії між Києвом і Варшавою. Процес її вивчення пов'язаний із розвитком осередків університетської україністики в Польщі. Так, на території сусідньої держави діє п'ять комплексів загальноосвітніх українських шкіл та понад 80 пунктів навчання української мови й історії [Центральна та Східна Європа. Польща. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/33125.htm>]. Нині в Польщі навчається близько 2,5 тис. українських студентів, і їхня кількість постійно збільшується приблизно на 300–400 студентів кожного року. Зростання чисельності українських студентів до певної міри сприяє поширенню українських традицій та культури в країнах ЄС, у тому числі й Польщі, проте, з іншого боку, молоді українці не поспішають повертатись на батьківщину, боячись проблем із працевлаштуванням та визнанням польських дипломів про вищу освіту.

Іншим важливим чинником стратегії "м'якої сили" в культурологічному аспекті є діяльність української громади в Польщі, яка представлена двома групами: етнічною і трудовою. Нині найбільші українські громади зосереджені у Перемишлі, Сяноку, Горлицях, Гурові Ілавецькому, Ольштині, Лігніці, Кошаліні, Гданську, Кракові, Ельблонгу, Щеціні, Варшаві. З метою вирішення актуальних питань української громади при Посольстві України в РП функціонує Координаційна рада українських меншин. У рамках бюджетної програми "Заходи, щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України" вдалося реалізувати 11 важливих для української громади проектів [Стан та перспективи українсько-польських відносин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/poland/ua/publication/content/29136.htm>]. Представники трудової міграції також формують досить позитивне враження про Україну і українців. За статистикою на території РП працює 450 тис. українців, з них легально – 20 тис. Основними сферами працевлаштування українців є домашнє господарство, будівництво, промислове виробництво і торгівля. Трудова міграція з України є сезонною, здебільшого не висококваліфікованою, проте культурна близькість позитивно впливає на порозуміння між польськими роботодавцями та українськими працівниками [М'яка сила України: ТОП – 30 асоціацій з Україною в регіоні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docs.google.com>].

Стратегічною складовою "м'якої сили" України в Польщі є діяльність україномовних та українських ЗМІ. Українське радіомовлення і телебачення в Польщі більш розвинені, аніж польські в Україні, що пов'язано, передусім, із великою чисельністю української діаспори та достатнім державним фінансуванням у РП діяльності національних меншин [Ве-

ремчук Т. Ю. Україна–Польща: міжкультурна комунікація через ЗМІ діаспори. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docs.google.com/>. Водночас не на користь формування привабливості України в європейському просторі працюють засоби масової інформації РП. Відповідно, якщо упродовж 2003–2004 рр. позитивне ставлення до українців серед поляків зросло на 10 %, то згодом знизилось [М'яка сила України: ТОП – 30 асоціацій з Україною в регіоні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docs.google.com/>].

Значного доопрацювання потребує економічна вартість "м'якої сили" України, позаяк якість української продукції в Польщі експерти Інституту світової політики оцінюють лише у три бали. Загалом українсько-польська співпраця в економічній сфері стрімко розвинулась до рекордних показників, проте польський експорт й надалі перевищує український імпорт. Низька популярність української продукції пояснюється, насамперед, поширенням інформації про її не конкурентоспроможності на зовнішніх ринках, а також невідповідність європейським стандартам [Там само].

На відміну від досягнень в сферах економіки і культури, формування політичної привабливості України в Польщі є непослідовним та неоднорідним. Взаємодія обох держав у політичній сфері характеризується суперечливістю підходів до визнання тих чи тих політичних цінностей, трактування окремих історичних подій. Проте Польща й надалі залишається чи не найвідданішим союзником України в європейській інтеграції. З огляду на це, Варшава готова "пробачити" Києву окремі не зовсім демократичні дії, в тому числі й щодо опозиційних політиків. Тому для політичної еліти України важливо переконати світову громадськість у сталості євроінтеграційних процесів, щирості своїх прагнень до демократизації всіх сфер суспільно-політичного життя країни. Адже цілком зрозуміло, що подальша реалізація стратегії "м'якої сили" України в Польщі, її досягнення в економічній та культурологічній сферах можуть бути знівельовані невдалими реформами саме в політичному просторі української держави. Відтак реалізація "м'якої сили" України вимагає не лише декларації певної системи цінностей, а насамперед їх дотримання у внутрішньому устрої держави.

С. І. Федорак, магістр, ПНУ ім. В. Стефаника, Івано-Франківськ
sveta-fedorak@mail.ru

ВИРІШЕННЯ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ У КОНТЕКСТІ ГАРАНТУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ

На розвиток етнонаціональних відносин у конкретній країні, регіоні накладають відбиток і істотно впливають загальносвітові події – крах колоніалізму, загострення почуттів національної самосвідомості, нетерпіння до найменшого ущемлення національної рівноправності. Все це різко визначає національне питання, національні проблеми не тільки в

нових державах, а й в тих, в яких, здавалося б, ці проблеми давно вирішені (Квебек у Канаді, Шотландія і Уельс у Великій Британії, Корсіка у Франції, острови Пасхи в Іспанії та ін.) [LeVine R., Campbell D. Ethnocentrism: Theories of Conflict, Ethnic Attitudes and Group Behavior. – N. Y. ; London, 2004. – P. 324].

Більшість країн сучасності є багатонародними (поліетнічними) соціумами, в межах яких взаємодіють між собою та з державою різноманітні народи-етноси (як етноісторичні спільноти). Дисбаланс у відносинах між ними зумовлений прагненням усіх народів-етносів реалізовувати найсуттєвішу в політичній історії місію – виступати свідомим джерелом політичної влади і носієм політичного суверенітету своєї країни. І коли будь-якому з них чинять бодай якийсь спротив у реалізації зазначеної політичної місії, – неминучі різноманітні етно- і міжетноконфліктні колізії [Майборода О. Етнополітична ситуація в Україні: регіональний вимір // Сприяння поширенню толерантності у поліетнічному суспільстві / О. Майборода, Р. Чілачава, Т. Пилипенко та ін. ; ред. Н. Лицюк. – К. : Фонд "Європа ХХІ", 2002. – С. 13–33].

Розглядаючи динаміку етнічних за формою конфліктів, варто підкреслити, що всі вони проходять однаковий шлях – від романтизму вищої ідеї та віри в перемогу до усвідомлення необхідності вирішення проблеми шляхом переговорів. Саме на цьому етапі і важливе чітке розуміння реальних причин конфлікту, об'єктивних протиріч та питомої ваги саме етнічного компоненту.

Міжнародна громадськість завжди вітає національно-визвольні рухи, і жодна демократична держава не дозволить собі заявити, що вона не згодна із цим принципом. Етнічний же конфлікт – це більш ніж гостре питання для суперечок. З одного боку, дуже часто етнічний конфлікт виникає через бажання етносу створити свою державу й відділитися, з іншого боку, виходячи з політичного визначення термінів, етнос не дорівнює нації. І в ситуації, коли відділення вимагає етнос, пригадується ще один основний принцип міжнародного права – непорушність і недоторканність територіальної цілісності держав. У результаті чого ми приходимо до практики подвійних стандартів, де на розвиток етнічного конфлікту й можливості задоволення вимоги того або іншого етносу впливають уже не об'єктивні фактори й бажання народу, а думка та рішення світового співтовариства, великих держав, сусідів; економічні й політичні протиріччя. Існує право націй на самовизначення чи ні, ефективно воно чи ні, принцип це або право – усе залишається сумнівним і спірним. Але одне зовсім очевидно: за цим правом стоїть питання – кому це вигідно? Історичне і юридичне питання [Шелест Г. Етнічний конфлікт – мета чи засіб? // Наук. вісн. Одес. держ. екон. ун-ту. Науки: економіка, політологія, історія. – 2007. – № 6(43)].

Для пояснення внутрішньодержавних конфліктів, які зараз є домінуючими (про що свідчать, наприклад, дані Гельдельберзького інституту по вивченню міжнародних конфліктів: так, протягом 1945–2000 рр. до

класичних міждержавних воєн було віднесено тільки 15 %, а у 2001 р. уже тільки 7 %) дослідники виділяють декілька факторів. Серед них важливе місце посідають релігійні та національні фактори, проявлення яких стримувала "холодна війна", але її закінчення призвело до виходу їх із латентної фази та вивільнення їхнього конфліктного потенціалу, відсунувши на задній план ідеологічний чинник, що був домінуючим на попередньому етапі та визначав співвідношення сил на світовій арені. Але найпопулярнішими зараз є економічні концепції пояснення виникнення конфліктів. Уже сьогодні американський дослідник Дж. Най виділяє три рівні політичної картини світу, застосовуючи модель тришарового пирога, одним із цих рівнів є саме економічний [Гринів Д. Що спричинює виникнення конфліктів? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edu.cirs.kiev.ua/component/content/article/78.html>].

Нині у багатьох аспектах державна безпека залежить від міжнародної. Раніше внутрішньо стабільна держава гарантувала безпеку від зовнішніх загроз, а тепер міжнародна нестабільність може зруйнувати внутрішньо стабільну державу, навіть зовсім не агресивну. І навпаки, гарантії міжнародної безпеки можуть стати надійним чинником підтримання внутрішньої безпеки держави].

Міжнародна безпека – такий стан міжнародних відносин, за якого створюються умови, необхідні для існування та функціонування держав, забезпечення їхнього повного суверенітету, політичної та економічної незалежності, можливої відсічі воєнно-політичному натиску й агресії, рівноправних відносин з іншими країнами. Водночас міжнародну безпеку треба розглядати як політику, що сприяє створенню ефективних гарантій миру як для окремої країни, так і всього світового співтовариства [Рабінович П. М. Основи загальної теорії права та держави. – К., 1999].

Світова практика виробила лише один – демократичний – спосіб урегулювання міжнаціональних відносин, який передбачає забезпечення вільного волевиявлення націй, реалізацію їх законних прав на життя, відносини з іншими націями на основі рівності. Йдеться про надання повної свободи націям для встановлення ними економічних, політичних, культурних та інших відносин, а отже, про право напій на самовизначення, яке тісно пов'язане з реалізацією прав людини. Права і свободи людини та право народів на самовизначення взаємозумовлені. Нині право нації на самовизначення – один із важливих принципів відносин між народами й націями. Навіть більше, самовизначення є загальновиголошеною основоположною нормою міжнародного права, обов'язковою для всіх без винятку держав. Це зафіксовано і в документах ООН (друга стаття Статуту).

Відсутність чіткої стратегії міжнародного співтовариства, щодо подолання існуючих протиріч у світі сприяє все більшій дестабілізації системи міжнародної безпеки, а також стає запорукою зародження нових та розвитку і посиленню вже існуючих конфліктів, що в результаті неминуче призведе до негативних зрушень у глобальному масштабі.

XXI століття повинно продемонструвати вирішення суперечностей мирним цивілізованим шляхом, спираючись на гіркий досвід минулих збройних протистоянь. Силою можна змусити, але не переконати.

Пошук економічної чи політичної вигоди окремими державами не сприяє вирішенню чи хоча б частковому врегулюванню етнонаціональних проблем. У вирішенні конфліктів важливо урахувати інтереси всіх сторін, а також у жодному разі не приховувати суперечностей, а усувати їх. Адже "заморожені" конфлікти з часом виливаються у жорсткі форми протистояння, які іноді є і досить довготривалими та можуть мати катастрофічні наслідки.

О. Л. Хилько, канд. політ. наук, наук. співроб., КНУТШ, Київ

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ОБСЄ НАПЕРЕДОДНІ УКРАЇНСЬКОГО ГОЛОВУВАННЯ

2013 рік буде знаковим в серії заходів багатосторонньої дипломатії, участь в яких Україна активізувала останніми часом. Планується головування України в Організації з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ). Україні доведеться зіштовхнутись з питаннями, що турбують всіх членів організації – що таке сучасна ОБСЄ, яка її роль в XXI столітті? Це ключовий "агент змін" та наріжний камінь європейської безпеки; це ядро європейської мережі взаємопов'язаних безпекових інститутів; це структура, яка формує культуру відкритості через запроваджений інститут заходів довіри; це гарант захисту прав людини тощо.

Вочевидь, потреба в переоцінці своєї ролі і пріоритетів діяльності стоїть перед ОБСЄ гостро і в цьому думки експертів сходяться. В якості ключових векторів реформування розглядаються наступні: трансформація ролі ОБСЄ в бік посередництва і акумулювання спільних ресурсів; розвиток потенціалу в якості форуму для рівноправного політичного діалогу; реструктуризація відносин між ключовими безпековими організаціями євроатлантичного регіону і ролі ЄС в ОБСЄ, зокрема; структурні та функціональні реформи всередині самої ОБСЄ; вироблення компромісу щодо спільних цінностей та інтересів, на базі яких будуть визначатись загрози та обиратися шляхи їх подолання. Деталізуємо вищенаведені вектори:

- ОБСЄ має розвивати роль посередника, який співставляє і стикає інтереси та цілі учасників, що входять до різних міжнародних організацій, залучає спільні ресурси міжнародних організацій та міжнародних програм, що діють в регіоні разом із власними ресурсами. Доповідь групи експертів [Common Purpose. Towards a More Effective OSCE. – Final Report and Recommendations of the Panel of Eminent Persons on Strengthening the Effectiveness of the OSCE. – 27 June 2005] рекомендує такий підхід як такий, що міг би закріпити за ОБСЄ роль партнера зі співробітництва;

- має розвиватись потенціал ОБСЄ як форуму для рівноправного політичного діалогу, як платформи для дискусій. На думку деяких експертів, ОБСЄ може запропонувати свою роль в якості моста між різними акторами, при чому не лише між ЄС і НАТО, але й між ШОС та ОДКБ [Antonenko O. Euro-Atlantic security: from institution-building to problem-solving // Building bridges. Security community and partnerships for change. Published by the Organization for Security and Co-operation in Europe. – Austria, 2011. – P. 18];

- окремої уваги потребує врегулювання конкуренції між регіональними безпековими організаціями. ЄС і ОБСЄ є більшими конкурентами, ніж НАТО і ОБСЄ. На держави-члени ЄС припадає 70 % бюджету ЄС і велика доля спільних для обох організацій ресурсів. ЄС і ОБСЄ є конкурентами в питаннях енергетичної безпеки та врегулювання затяжних конфліктів, зокрема, в Грузії та Нагірному Карабасі. Відтак існує потреба в реструктуризації відносин між цими інституціями.

В цьому сенсі з метою посилення ефективності ОБСЄ свій проект запропонував відомий європейський дослідник Майкл Емерсон. В своїй роботі "Боротьба за цивілізований ширший європейський порядок..." [Emerson M. The Struggle for a Civilised Wider European Order. Elements for a European Security Strategy // CEPS Working Document No. 307. October 2008. – P. 10–11] він пропонує, по-перше, забезпечити Євросоюз статусом повноправного члена ОБСЄ. Це дасть можливість ЄС очолити реформування ОБСЄ. Він пояснює свою пропозицію тим, що членство ОБСЄ дуже широко представлене і складає 56 суверенних держав, 27 з яких входять до ЄС – тобто майже половина. А ЄС як організація має в ОБСЄ статус спостерігача. Це надто ускладнює процедури і механізми прийняття рішень в ОБСЄ. А, враховуючи те, що багато країн-партнерів ЄС приєднуються до заяв ЄС в рамках його зовнішньої і безпекової політики, 27 членів часто збільшується до 42. Відтак, М. Емерсон пропонує ЄС стати повноправним членом ОБСЄ. По-друге, на думку дослідника, наступним кроком могло би бути створення ядра / групи ключових гравців в рамках ОБСЄ – такої собі постійно діючої Європейської Ради безпеки ("European Security Council"), що буде певною мірою нагадувати Раду безпеку ООН. Така Рада могла би складатись із ЄС, США, Росії, Туреччини та України та деякими ротаційними членами, з яких один представляв би європейських не-членів ЄС і один – Центральну Азію. На думку дослідника, така реформа сприяла би і виробленню єдиних зовнішньополітичних позицій всередині ЄС, оскільки потреба виступати в ОБСЄ єдиним голосом певним чином дисциплінувала би членів. Водночас, проект створення Європейської Ради безпеки, де ЄС буде виступати єдиним голосом, може ускладнитись тим фактом, чи захоче ЄС виступати одним голосом.

- ОБСЄ потребує структурних реформ, зокрема, надання правосуб'єктності організації, що наділить і персонал ОБСЄ певним захистом у

вигляді дипломатичного статусу. Статут ОБСЄ, що чітко зафіксує основні цілі, принципи і обов'язки, структуру і функції керівних органів, зокрема, чітко розмежує функції Генерального Секретаря і головуючого від держав-членів, наповнив би ОБСЄ реальним змістом як повномасштабної регіональної організації. Потребує перегляду в бік більшої гнучкості принцип прийняття рішень. Має бути збільшена увага до неформальних обговорень як інструментів більш ефективного прийняття рішень;

- зміцнити між учасниками відчуття єдності цілей та вироблення єдиних пріоритетів – це додало би організації суттєвої ваги. Євроатлантичний регіон, який в широкому сенсі включає в себе Європу, Центральну Азію, Північну Америку, в першу чергу, має віддати перевагу визначенню спільних компромісних цінностей і інтересів, навколо яких буде сформована і розроблена стратегія, на якій базуватиметься діяльність всіх членів. Допоки члени не домовляться про загальноприйнятті усіма принципи визнання автономії чи незалежності етнічних осередків, сепаратистських рухів, затяжні конфлікти вирішені не будуть.

На майбутнє ОБСЄ, безумовно, вплине ступінь участі США в європейських справах (рівень якої останнім часом стрімко знижується); прагнення Росії залучатись до європейських справ; перспектива розвитку ЄС і, зокрема, його східної політики та політики сусідства; події та конфлікти на Близькому Сході та в Середземномор'ї; політика Туреччини тощо.

Деякі відповіді на поставлені проблеми доведеться мати Україні в своєму порядку денному головування у 2013 році.

К. В. Хумрик, студ., КНУТШ, Київ
ksenjakhytryk@gmail.com

БАГАТОВЕКТОРНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ В ЕНЕРГЕТИЧНІЙ СФЕРІ. ПОШУКИ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ШЛЯХІВ

"У відносинах України і Росії накопичилися питання, що вимагають швидкого вирішення, а найважливіше серед них – співробітництво в енергетичній сфері" – заявив Президент України Віктор Янукович на зустрічі з Президентом РФ Дмитром Медведевим 24 вересня 2011 року [У питаннях енергетичної співпраці України та РФ ми знайдемо конструктивне рішення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/politics/1265009-yanukovich-u-pitannayah-energetichnoyi-spivpraci-ukrayini-ta-rf-mi-znajdemo-konstruktivne-rishennya>].

Україна є енергодефіцитною країною, запасів нафти і газу в якій недостатньо для задоволення потреб економіки. За рахунок власного видобутку держава забезпечує себе лише на 25 % газом і на 20 % нафтою. Тобто Україна значною мірою залежить від імпорту енергоносіїв. Але проблема полягає навіть не в цьому (тому що подібна ситуація є нормальною практично для всіх європейських країн), а в тому, що наша

країна отримує основні обсяги вуглеводнів (близько 85 %) безпосередньо з одного джерела, Росії, або ж закуповані енергоносії потрапляють в Україну транзитом через російську територію.

За таких умов залежність енергетики та економіки України в цілому від імпорتنих поставок енергетичних ресурсів є критичною. Відповідно до міжнародної практики, таких незалежних один від одного джерел має бути три-чотири, а прив'язаність поставок тільки до однієї країни криє в собі загрозу для політичної незалежності держави в цілому.

Паливно-енергетичні комплекси України і Російської Федерації тісно пов'язані і значною мірою взаємозалежні – що є природним об'єктивним фактором їх тривалого розвитку в межах єдиної господарсько-економічної системи СРСР. З розпадом цієї системи обидві держави отримали у спадщину певні (насамперед територіально визначені) частини колись цілісного комплексу.

Перебування у складі колишнього Радянського Союзу, де був досить високий рівень забезпеченості паливно-енергетичними ресурсами, значною мірою визначило нинішній стан енерговикористання в країні і відносно низький рівень енергетичної безпеки. Більша частина поставок палива використовується для обслуговування застарілих і потребуючих колосальних паливних ресурсів підприємств і заводів важкої промисловості. Тому найважливішим питанням стає модернізація економіки і скорочення споживання нею кількості імпортного палива.

Виокремлення двосторонніх україно-російських відносин в енергетичній сфері є досить умовним, оскільки вони об'єктивно вписані у відносини обох країн з третьою стороною – насамперед, країнами Європи (зокрема, ЄС) як споживачами енергетичних ресурсів, що транспортується територією України. Таким чином, як з точки зору технологічного ланцюжка (виробник – транзитер – споживач), так і з економічної точки зору (продавець – надавач послуг з транспортування – покупець) ці відносини мають розглядатись у тристоронньому форматі.

В разі реалізації будівництва газопроводів Росія – ЄС поза українською територією (без нарощування Росією обсягів видобутку газу) виникнуть негативні наслідки для України, а саме: зменшення обсягів транзиту російського газу за рахунок перерозподілу його експортних шляхів на нові газопроводи. У такій ситуації Україна має врівноважити залежність від постачання енергоносіїв зміцненням власної транзитної ролі та розвитком українських транспортних маршрутів.

Серед альтернативних проектів ЄС експерти називають проект "Набукко". Це магістральний газопровід завдовжки 3,3 тис. км із Центральної Азії до країн ЄС, передусім Австрії та Німеччини. Проектна потужність газопроводу має становити 26–32 млрд. куб. м газу на рік. Будівництво планують завершити до 2013 року [Єременко А. Газ: від Азії до ЄС // Дзеркало тижня. – 2008. – № 11].

Нині територією України відбувається транзит 120 млрд. куб. м газу на рік, що становить близько 80 % від загального об'єму російського газу. За середніми розрахунками, пропускна спроможність альтернативних газопроводів найближчі 20 років становитиме близько 55 млрд. кубометрів газу, що знизить транзитну потужність вітчизняної газотранспортної системи на 30 % [Стогній В. С., Кириленко О. В., Денисюк С. П. Енергетична безпека України. Світові та національні виклики. – К. : Українські енциклопедичні знання, 2006].

Пошуки альтернативних джерел енергоресурсів змушують уряд України робити ставку на поклади шахтного метану і сланцевого газу, їх запаси оцінені українським інститутом геологічних наук приблизно в 20 трлн. куб. м. (12 трлн куб. м. шахтного метану і 8 трлн куб. м. сланцевого газу). [Інформаційна довідка про основні показники розвитку галузей паливно-енергетичного комплексу України за серпень та 8 місяців 2011 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=208646&cat_id=35081].

Останні 10 років не вщухають розмови про необхідність нових постачальників блакитного палива.

Ймовірним розвитком сценарію під назвою "енергетична незалежність України" є поставки газу з Туреччини та Румунії. Якщо домовитися з ними, то по оцінкам експертів, ціна за тисячу кубометрів буде нижче російської на 100–120 доларів США.

Свої умови льотних поставок пропоную і Норвегія, розуміючи що Україна – один із найголовніших споживачів газу в Європі і співпраця з нашою країною є дуже вигідною.

До сьогоднішнього дня Україна щорічно витрачає на російський газ близько 10 млрд. доларів США, четверта частина витрат держбюджету і це лягає важким тягарем як на зовнішньо- так і на внутрішньополітичну ситуацію в Україні.

У загальному підсумку, в україно-російських відносинах енергетика перетворилася з економічного на політичний чинник, а відносини в газовій сфері фактично визначають характер україно-російських відносин загалом.

Що б залишатися економічно незалежною державою необхідно зберігати енергетичну незалежність. Таку можливість демонструє нам досвід європейських країн у енергетичній сфері.

М. Я. Щербakov, студ., КНУТШ, Київ

РОЗШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ НА БАЛКАНАХ

На сучасному етапі пріоритетним напрямом для розширення у зовнішній політиці Європейського Союзу є Західні Балкани. Повне приєднання регіону до ЄС стане важливим кроком на шляху формування

об'єднаної Європи. Проте євроінтеграцію регіону ускладнює існування джерел нестабільності та політичної напруженості, передусім етнополітичних конфліктів.

Балканський регіон після розширення 2004 року залишився поза межами Євросоюзу. І, якщо східнобалканські країни – Румунія та Болгарія вступили до ЄС 1 січня 2007 року, то підготовка до вступу держав, що утворилися внаслідок розпаду Югославії (за виключенням Словенії, що є членом ЄС з 2004 року), а також Албанії нині перебуває на порядку денному. Інтеграція цих країн відбувається за складною багатоступеневою схемою. Рамковим форматом інтеграційної угоди ЄС для держав Західних Балкан є Угода про стабілізацію та асоціацію. Нині відповідні угоди з ЄС мають усі країни Західних Балкан. Угода про стабілізацію та асоціацію, передбачає, зокрема, надання перспективи членства у ЄС, яка є першим кроком у процесі вступу до Європейського Союзу. Наступними етапами інтеграційного процесу є подання державою заявки на членство у ЄС, надання Євросоюзом країні, що інтегрується, статусу кандидата на вступ, проведення переговорів щодо вступу, та, зрештою, укладення Договору про вступ до ЄС, його підписання та ратифікація обома сторонами [Чумаченко О. А. Політика розширення Європейського Союзу в Західних Балканах: основні ризики та шляхи їх подолання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Pmv/2010_1/10%20chumachenko.pdf]. Країни Західних Балкан нині перебувають на різних етапах євроінтеграційного процесу.

Станом на початок 2012 року євроінтеграційний процес повністю пройшла Хорватія, що має стати 28-ою країною-членом Європейського Союзу 1 липня 2013 року. Переговори щодо вступу до ЄС Хорватія розпочала 10 жовтня 2005 року. Певний час переговорам перешкодив прикордонний спір зі Словенією, що був остаточно вирішений у 2010 році. 24 червня 2011 року були завершені переговори з Хорватією про її вступ до ЄС. Датою вступу було визначено 1 липня 2013 року. 9 грудня 2011 року Хорватія та Євросоюз підписали відповідний договір. Після цього 22 січня 2012 року у Хорватії відбувся референдум щодо вступу до Євросоюзу. Референдум показав позитивний щодо вступу результат: 66 % голосів "за", проте явка була низькою, склавши 44 % [Хорватія проголосувала за вступ до Євросоюзу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/24460876.html>]. Напередодні референдуму в столиці країни пройшли кілька акцій протесту євроскептиків проти приєднання до ЄС.

Значного прогресу на шляху до Європейського Союзу досягла Чорногорія, при чому слід враховувати, що вона є незалежною державою з 3 червня 2006 року. Однією з особливостей країни є те, що вона, не входячи до ЄС, використовує євро у якості грошової одиниці. Невдовзі після проголошення незалежності, у вересні 2006 року між Чорногорією та ЄС почалися переговори щодо асоціації. Договір про асоціацію з ЄС

Чорногорія підписала 15 жовтня 2007 року. 15 грудня 2008 року Чорногорія подала заявку на вступ до ЄС. 17 грудня 2010 року Чорногорія отримала статус кандидата на вступ до ЄС, а на першу половину 2012 року запланований початок переговорів про її вступ до Євросоюзу.

Інтеграція Боснії і Герцеговини відбувається повільно, що пов'язано з етнополітичною нестабільністю в країні та неефективністю її державних інституцій. З часу укладення Дейтонської угоди Боснія і Герцеговина перебуває під свого роду протекторатом Європейського Союзу, також тут розміщуються поліцейські сили ЄС. У 2005 році Боснія і Герцеговина розпочала переговори щодо укладення з ЄС Угоди про асоціацію та стабілізацію. Переговори завершилися укладенням угоди 16 червня 2008 року – Боснія і Герцеговина підписала угоду про стабілізацію та асоціацію останньою з західнобалканських країн. Європейська інтеграція Боснії і Герцеговини гальмується перманентною політичною кризою, пов'язаною з гострими розбіжностями між хорватською та сербською частинами федерації, що загрожує розпадом держави.

Європейська інтеграція Сербії активізувалася після приходу до влади у ній проєвропейських політичних сил у січні 2008 року. 29 квітня 2008 року була підписана угода між ЄС та Сербією про стабілізацію та асоціацію. Протягом 2008–2011 років Сербія виконала встановлені європейською стороною зобов'язання щодо видачі ЄС військових злочинців часів воєн 1990-х років – Р. Караджича, Р. Младича та Г. Хаджича. 22 грудня Сербія подала заявку на вступ до ЄС. Проте нині на перешкоді набуттю Сербією статусу кандидата на вступ до ЄС стало загострення ситуації навколо Косово починаючи з липня 2011 року.

Македонія отримала статус кандидата на членство в ЄС ще у грудні 2005 року, проте її просування до вступу блокує Греція, яка має суперечку з Македонією через збіг її офіційної назви з назвою однієї з грецьких провінцій.

Албанія уклала Угоду про стабілізацію та асоціацію з ЄС у 2006 році. 28 квітня 2009 року вона подала заявку на вступ до ЄС.

Приєднанню до європейських та світових міжнародних інституцій наймолодшої балканської держави – проголошеного 17 лютого 2008 року Косово – перешкоджає невизначеність її статусу. Нині Косово визнали близько 80 країн світу, отже, за стандартами міжнародного права воно є частково визнаною державою. Європейську інтеграцію Косово блокує те, що його не визнали 5 країн-членів ЄС. Нині на півночі Косово зберігається напружена ситуація, пов'язана із заворушеннями сербської меншини. У напіввизнаній державі розташовані миротворчі сили НАТО та ЄС.

У найближчі роки можемо очікувати нових успіхів балканських країн на шляху до вступу в Європейський Союз. Найімовірніше, наступною після Хорватії державою, що вступить до ЄС, буде Чорногорія. Водночас у регіоні зберігається і ряд проблем, зокрема не вирішене питання статусу Косово та внутрішні протиріччя у Боснії і Герцеговині.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ҐЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ В КРАЇНАХ СХІДНОЇ ТА ПІВДЕННОЇ АЗІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Вплив глобалізації на ґендерні відносини викликає підвищений науковий інтерес, адже осмислення зміни статусу жінок та чоловіків в умовах глобалізації має важливе практичне значення для розробки стратегій досягнення ґендерної рівності, забезпечення прав жінок як на глобальному, так і національному рівнях. Глобальні процеси впливають на характер ґендерних відносин, оскільки сприяють зниженню культурного домінування чоловіків, розширенню репертуару прийнятних моделей маскулінності і фемінності, широкому залученню жінок в економічне та суспільно-політичне життя. Тож незаперечним є той факт, що глобалізація сприяє трансформації ґендерних відносин, однак ступінь та форми змін є неоднаковими в різних країнах та регіонах.

Необхідність швидкої адаптації країн Східної та Південної Азії до умов глобалізації передбачала утвердження ґендерної рівності, а відтак створила сприятливі умови для зміни характеру політики держав регіону щодо жінок – впровадження низки заходів спрямованих на інтеграцію жінок в економічну, політичну, соціальну сфери. Яскравим наслідком цього стало активне включення жінок до парламентів країн регіону, розширення їх доступу до участі у суспільно-політичному житті тощо.

Аналіз наявних досліджень дійсно дозволяє говорити про істотні зміни в становищі жінок, які відбулись протягом останніх років і безпосередньо пов'язані з ґендерно орієнтованою політикою держав Східної та Південної Азії. Однак питання про характер процесу трансформації ґендерних відносин та його наслідки лишається відкритим, адже з одного боку ми спостерігаємо значні успіхи в досягненні рівності статей, а з іншого – відмінності між пропонованими моделями ґендерних відносин та традиціями ґендерної культури на Сході лишаються неподоланими на практиці. Дослідники доводять, що трансформація ґендерних відносин в країнах Східної та Південної Азії, яка спершу передбачала транзит західних ідей ґендерної рівності на Схід, відбувається власним унікальним шляхом. Мова йде про адаптацію та локалізацію пропонованих ідей та ідеалів, яка не просто змінює традиційний зміст ґендерних відносин в країнах регіону, але й трансформує самі уявлення про ґендерну рівність. Особливу увагу в межах цього питання слід звернути на проблеми трансформації уявлень про ґендерні ролі в країнах регіону в умовах глобалізації. Адже остання з одного боку пропонує нові бачення того, що означає бути чоловіком і жінкою в сучасному світі, а з іншого дуже часто призводить до відродження попередніх форм ґендерної ієрархії.

Вчені наполягають, що будучи односпрямованим, процес трансформації ґендерних відносин сприяє утворенню низки розривів у рольовій

поведінці чоловіків та жінок. В умовах глобалізованого світу у жінок виникає необхідність засвоювати нові моделі рольової поведінки, пов'язані з потребою соціально-економічної діяльності. Однак розширення прав і можливостей не призводить до заміни традиційних уявлень про жіночі ролі на користь необхідності емансипації жінок. Більше того, утвердження традиційних форм ґендерної ієрархії в суспільній свідомості актуалізує проблему подвійного тягаря турбот: жінкам доводиться поєднувати повноцінну професійну зайнятість із необхідністю повною мірою дбати про сім'ю, уявлення ж про роль чоловіка в суспільстві та сім'ї лишається незмінним. Відтак, зумовлена глобалізацією трансформація ґендерних ролей не лише не відбувається повною мірою, але й призводить до появи нових проблем та перешкод на шляху утвердження ґендерної рівності.

Важлива роль у цьому процесі дійсно відведена глобалізації ґендеру, яка забезпечує циркулюванню стереотипізованих ґендерних образів. Аналізуючи функціонування стереотипів "маскулінності-фемінності" в сучасному індійському суспільстві Стів Дерні (Steve Derne) зазначає, що глобалізація пропонує широкий спектр нових можливостей для чоловіків і жінок, однак на практиці не призводить до утвердження нових уявлень про ґендерні ролі [Derne S. Globalizing Gender Culture: Transnational Cultural Flows and the Intensification of Male Dominance in India // Gender and Globalization in Asia and the Pacific. – University of Hawai'i Press, 2008]. Коментуючи власне дослідження автор демонструє, яким чином поширення американських фільмів та телебачення, що стало можливим на початку 1990-х рр. внаслідок швидкого залучення Індії до процесу глобалізації, сприяє розширенню практик маскулінності через утвердження традиційних уявлень про фемінність. Репрезентуючи образ західної емансипованої жінки в негативному сенсі, індійські чоловіки продовжують наполягати на другорядному по відношенню до себе становищі жінок у суспільстві, наголошуючи на їх природній схильності до материнства та турботи про сім'ю. Дослідження Дерні дозволяє йому зробити висновок про подальшу "маскулінізацію маскулінності" та "фемінізацію фемінності", що має місце в суспільній свідомості і виражається в утвердженні чоловічого домінування та жіночої підпорядкованості.

Більше того, як свідчать дослідження Стіва Дерні, Крістін Р. Яно (Christine R. Yano), Яу Чінг (Yau Ching) в країнах східно-азійського регіону сьогодні має місце відродження і подальше закріплення уявлень про традиційний розподіл професійних і сімейних ролей між чоловіками та жінками та стереотипів стосовно ґендерної специфіки змісту праці. Слід також зазначити, що в цьому процесі більшу, ніж стандартизація культури, роль відіграє процес експорту інститутів властивий процесу глобалізації. Наявні дослідження свідчать, що політика держав регіону дійсно має вирішальне значення, оскільки одного боку спрямована на досягнення ґендерної рівності, адже остання є необхідною умовою включен-

ня у світове співтовариство, а з іншого – наполягає на необхідності збереження традиційних уявлень про "жіноче" як неодмінної умови збереження власної національної ідентичності у сучасному глобалізованому світі [*Christine R. Yano. Gaze Upon Sakura // Gender and Globalization in Asia and the Pacific. – University of Hawai'i Press, 2008*].

Тож не дивно, що становище жінок в країнах Східної та Південної Азії, та й сам процес глобалізації оцінюється вкрай неоднозначно як вченими, так і суспільством в цілому. В цьому відношенні політика держави є не єдиним каменем спотикання: тисячолітні традиції ставлення до жінок та поведінки жінок навряд чи можуть бути цілком трансформовані протягом кількох десятиліть, особливо, якщо ініціатор змін в суспільстві, знаходиться поза межами самого суспільства.

ЗМІСТ

Секція

"Практична політологія: теоретичні та прикладні аспекти"

Авксентьев А. А.

Процедуры голосования:
некоторые виды и критерии оценивания 3

Азієв К. П.

Порівняльний аналіз реклами й тоталітарної пропаганди 5

Атаманчук-Ангел В. И.

Прибавочная стоимость – рефлексия очевидного 6

Балан А. П.

Особливості поняття "нові медіа" 7

Батрименко В. І.

Континентальна модель місцевого самоврядування 9

Батрименко О. В.

Раціональна модель бюрократії 11

Березовська О. Б.

Теоретико-концептуальні засади дослідження соціального захисту 13

Бондар А. Г.

Візуальна ідентичність
як інструмент просування брендів територій у світі 15

Боринська О. Л.

Теоретичні підходи до визначення поняття
"політична трансформація" 17

Бубякіна Ю. М.

Особливості формування іміджу політичного лідера в Україні 20

Будко Д. А.

Практики существования президентской власти
в Российской Федерации (опыт 2000-х годов) 22

Буян В. В. Політичний міф як конструкт соціокультурного	24
Воробйова Г. Ю. Політична метафора як інструмент впливу на свідомість	27
Голубчук В. С. Тенденції соціальної політики в європейській країнах та Україні	28
Гречко О. Ю. Протидія незаконній міграції як стратегічний напрямок державної міграційної політики України.....	30
Гриньків М. В. Специфіка політики Європейського Союзу в сфері релігії	32
Гурицька М. С. Технології формування політичного іміджу	34
Денисова А. Ю. Вибори без фальсифікацій: міф чи реальність?	36
Долуда В. В. Культурно-інформаційні фактори безпеки.....	38
Дорош Л. О. Політико-правова освіта як чинник обмеження маніпулювання у виборчому процесі	40
Житнікова Т. О. Рівні захисту від політичного маніпулювання.....	42
Жовтобрюх В. М. Дослідження політичних ризиків в перехідних суспільствах.....	44
Катеруша Ю. І. Кіно як засіб політичної пропаганди	46
Качан О. С. Демографічні перетворення як фактор виникнення внутрішньополітичних конфліктів	49

Кирик В. Л. Кроки до створення моделі сталого екорозвитку	51
Кислова С. М. Маніпулятивні технології як засіб здійснення політичних революцій	53
Колесников О. В. Партійна система як чинник ефективності виборчих технологій в Україні.....	56
Крикунов Д. О. Особливості політичного лідерства в сучасних умовах.....	58
Крюкова К. Г. Вплив політичної реклами на преференцію виборця	60
Кудрявський І. В. Україна і СОТ: наявні політичні наслідки та нові перспективи	61
Лагута Л. О. Мистецтво і політика: сучасний вимір	63
Лашко А. В. Особливості створення політичного бренду.....	64
Лікарчук Д. С. Вплив комунікації на політичну систему суспільства	66
Лікарчук Н. В. Соціетальний обмін як капітал суспільної довіри.....	68
Македон І. В. Застосування політичних технологій в перехідних суспільствах.....	71
Марецкая Н. А. Сравнительный анализ политической видеорекламы Барак Обама и Джона Маккейна.....	73
Машаровська С. Ю. Політичні маніпулятивні технології у праці Г. Шиллера "Маніпуляція свідомістю".....	75

Молчанов К. А. Гендерні аспекти іміджу політичного лідера в сучасній Україні	77
Мудрик Ю. С. Особливості політичної участі та партійних систем Польщі, Болгарії та Румунії в контексті реалізації принципів демократії	79
Мулярчук М. Д. Особливості сегментування політичного ринку	81
Олещук П. М. Меседж та слоган у політичній рекламі	83
Ольшанський А. І. Місцеве самоврядування в умовах вітчизняних реформ	85
Онопко О. В. Політична міфологія президентської виборчої кампанії в Україні 2010 р.: структура та особливості героїки	87
Павлюк К. В. Капітал політичного бренду	90
Панухник Р. Г. Вплив контекстних ефектів на політичний вибір	92
Панухник Я. Г. Брендінг в політиці: загальна характеристика	95
Петренко В. В. Пропаганда і демократія	96
Призиглей М. О. Основні засади участі громадян в процесі прийняття політичних рішень	98
Рихлік В. А. PR в кризових ситуаціях	100
Рубанов В. В. Аналіз політики – відносно самостійна підгалузь політичного аналізу	103

Сащук Г. М. Культурологічна складова інформаційного суспільства	105
Семигіна Т. В. Глобалізація і охорона громадського здоров'я.....	107
Солодар М. О. Психоаналітичні методи політичного аналізу.....	109
Стельмашов А. К. Використання нейромаркетингу в маніпулятивних технологіях	111
Таран С. В. Сучасні підходи у західній політичній думці щодо вивчення міжетнічних стосунків: теоретичні та практичні підходи	113
Федірко І. П. Політичне маніпулювання та його наслідки.....	116
Федорук П. І. Роль політичної модернізації в геополітичному становленні України ..	118
Федорчук В. А. Підходи до виявлення типологізації політичного компромісу.....	120
Хилько М. І. Споживацтво – головна вада економічної філософії й екологічної руйнації.....	122
Хомрач В. П. Особливості формування національної ідентичності в транзитних країнах	124
Червінська Л. М. "Політизація" і "політичність" міграційних процесів	126
Черненко Т. В. Шляхи оптимізації процесу соціалізації молоді: аналіз світового та українського досвіду.....	128
Чорноус А. В. Особливості використання контрміфів у політиці	130

Шавардова О. Ю. Політична мова і дискурс в публічній сфері	131
Штельмашенко А. Д. Основні принципи управління політичним брендом	134
Щегельська Ю. П. Промоційна діяльність міста Києва напередодні проведення ЄВРО-2012	136
Щербина Ю. С. Колір як символ у візуальній політичній рекламі	138
Ямельницький О. Я. Активізація політичної участі: до проблеми визначення змісту поняття	141
Ясько Є. О. Музичний продукт як засіб соціально-політичного управління.....	143

Секція "Міжнародна політика"

Андрущенко С. В. Освоєння спільних просторів як важлива тенденція сучасної геополітики.....	147
Гурбич О. С. Світ-системний аналіз І. Валлерстайна та перспективи розвитку сучасної цивілізації.....	149
Дергунов Ю. В. Залежність у трансформаційних країнах ЦСЄ і СНД: підходи до проблеми, форми та політико-інституційні наслідки	152
Ільницька У. В. Транснаціональні корпорації у системі міжнародних відносин: особливості функціонування та напрями взаємодії із національними урядами	154
Коник Р. С. Еміграційний етап польсько-українського примирення.....	156

Кривоглава М. З. Геостратегічні можливості для України у Центральній Азії.....	158
Криворучко Н. В. Теоретико-методологічні засади координації співпраці ЄС – Україна	160
Момот А. С. Деструктивні чинники та наслідки їх впливу на трансформацію світового порядку	162
Назаровська І. Г. Превентивна дипломатія в контексті політичного конфлікту.....	164
Наконечний М. В. Формування європейської ідентичності в умовах глобалізаційних трансформацій	166
Олійник Ю. Р. "Асоціація" в контексті Лісабонської угоди.....	168
Павлятенко О. В. Концепція "зіткнення цивілізацій" С. Хантінгтона як модель геополітичного розвитку світу.....	170
Ремізов А. П. Еволюція концепції "failed state" в західній аналітиці	172
Супрун О. О. Роль латиноамериканської расово-етнічної групи у виборчому процесі США.....	175
Турчин Я. Б. "М'яка сила" України в Польщі: сучасний стан та перспективи розвитку.....	177
Федорак С. І. Вирішення етнонаціональних конфліктів у контексті гарантування міжнародної безпеки	179
Хилько О. Л. Проблемні питання діяльності ОБСЄ напередодні українського головування.....	182

Хитрик К. В.

Багатовекторність української політики в енергетичній сфері.

Пошуки альтернативних шляхів 184

Щербаков М. Я.

Розширення Європейського Союзу на Балканах 186

Ювченко А. І.

Трансформація ґендерних ролей в країнах Східної та Південної Азії

в умовах глобалізації..... 189

Наукове видання

ДНІ НАУКИ

ФІЛОСОФСЬКОГО ФАКУЛЬТЕТУ – 2012

МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ
(18–19 квітня 2012 року)

МАТЕРІАЛИ ДОПОВІДЕЙ ТА ВИСТУПІВ

ЧАСТИНА 8

Друкується за авторською редакцією

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"
Виконавець Д. Ананьївський



Формат 60x84^{1/16}. Ум. друк. арк. 11,62. Наклад 120. Зам. № 212-5997.
Гарнітура Arial. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № Фл7.
Підписано до друку 22.03.12

Видавець і виготовлювач
Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"
6-р Т. Шевченка, 14, м. Київ, 01601
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; факс (38044) 239 31 28
e-mail: vpc@univ.kiev.ua
WWW: <http://vpc.univ.kiev.ua>
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02