

Політичні науки
та публічне управління

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП



МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 42 (3–2014)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2014

УДК 330-339; 321.7; 159.9
ББК 65.9(4УКР)29-2я43
М58

Редакційна колегія

Подолька А. М., д-р юрид. наук, проф. — головний редактор
Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора
Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф., Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М., д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М., д-р іст. наук, Піляєв І. С., д-р політ. наук, Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Піла В. І., д-р екон. наук, проф., Радзієвський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р біол. наук, проф., Сафонова В. Є., д-р екон. наук, Хачатрян Г. Е., д-р екон. наук.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Бородін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Гаркуша В. С., канд. юрид. наук, доцент, Демченко С. Ф., д-р юрид. наук, Джуль В. В., д-р юрид. наук, проф., Ковальська В. В., д-р юрид. наук, ст. наук. співр., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Курко М. Н., д-р юрид. наук, доцент, Мартиненко О. А., д-р юрид. наук, проф., Муравйов К. В., канд. юрид. наук, доцент, Недюха М. П., д-р філос. наук, проф., Подолька А. М., д-р юрид. наук, проф., Темченко В. І., канд. юрид. наук, доцент, Христинченко Н. П., канд. юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук, проф., Ярмиш О. Н., д-р юрид. наук, проф.

Психологічні науки

Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Синьов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф., Бучек А. О., д-р психол. наук, проф.

Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 6 від 2 липня 2014 р.)

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: А. М. Подолька (голов. ред.) [та ін.]. — К. : МАУП, 2001 — Вип. 42 (3–2014). — К. : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2014. — 256 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку економіки, політології, психології і права.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

Збірник “Наукові праці МАУП” зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, в якому висвітлюються результати наукових досліджень в галузях економіки, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з політичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/4 від 26 травня 2010 р.) та юридичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/5 від 31 травня 2011 р.).

Міністерством освіти і науки України збірник “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з економічних наук (за наказом МОН України від 21.11.13 № 1609).

ББК 65.9(4УКР)29-2я43+67.9(4УКР)я43

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2014
© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2014

ЗМІСТ

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ	5	Бортник В. А. Чесць та гідність особи як основний безпосередній об'єкт злочину	72
Варзар І. М., Тімашова В. М. Концепт реформування політичної сфери у передвиборних програмах кандидатів на пост Президента України (2014 р.)	5	Ковальчук А. Ю. Співвідношення адміністративної та цивільно-правової відповідальності за правопорушення в інформаційній сфері.....	78
Гольцов А. Г. Імперська геостратегія Російської Федерації у світі: основні напрями та засоби реалізації	13	Комаров В. А. Про державні гарантії у трудових відносинах в Україні.....	84
Готун А. М. Маркетинг у політичній діяльності: аналіз сучасних моделей та інструментів використання	21	Толстенко В. Л. Перспективи розвитку форми Української держави в процесі конституційної модернізації.....	90
Дікарев О. І. Stratagems as universal formula of the China law	31	Шутий М. В. Класифікація видів небезпек, які загрожують громадянам в Україні	98
Качмарський Є. І. Роль електронного PR у формуванні міжнародного іміджу держави	39	Левін В. В. Погодинна оплата праці та проблеми її впровадження в Україні	103
Савойська С. В. Ідейно-теоретичний потенціал комунікативного аспекту мовної політики: наукові підходи і напрями осмислення	43	Шашкова-Журавель І. О. Міжнародні та порівняльно-правові аспекти системи нормативно-правового регулювання оплати праці	108
Самойленко О. П. Суспільно-політичні детермінанти формування політичних цінностей як засаднича умова становлення особистості	50	Аріфходжаєва Т. Б. Теоретико-методичні основи формування недержавних пенсійних фондів в умовах сьогодення.....	114
Ляшенко Є. О. Передумови виникнення політично-економічної кризи в Європі на початку XXI сторіччя	54	Западнюк О. Б. Порівняння масових заходів в Україні та країнах Європейського Союзу.....	118
ЮРИДИЧНІ НАУКИ	59	Заросило В. В. Теорія масових заходів та їх вплив на громадську безпеку	122
Недюха М. П. Корупція як соціально-правовий феномен	59	Комаров О. В. Справедливість у практиці правового регулювання діяльності слідчого в Україні	127
Аніна О. В. Проблемні питання адміністративної відповідальності іноземців та осіб без громадянства	66		

Поліщук М. Г.

Адміністративна преюдиція в кодексі
України про адміністративні правопорушення
щодо порушень у сфері забезпечення
безпеки дорожнього руху 132

Полярков В. О.

Адміністративно-правові методи діяльності
суб'єктів забезпечення економічної безпеки
держави 136

Терещук О. Д.

Організація діяльності поліції окремих
зарубіжних країн щодо припинення
групових порушень громадського порядку
та масових безпорядків під час проведення
масових заходів 141

Подоляка С. А.

Адміністративно-правові засоби
забезпечення обігу інформації в органах
Прокуратури України 146

Щокін Р. Г.

Роль експертизи в укладанні
господарських договорів у сфері
інтелектуальної діяльності 152

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ 158**Захожай В. Б., Головач Н. А.,
Захожай К. В., Казак О. О.**

Інформаційно-аналітичне забезпечення
економічної безпеки
(статистичний аспект) 158

Рижиков В. С.

Організація обліку і калькулювання за повними
витратами в управлінському обліку
на мікрорівні 163

Шконда В. В., Кальянов А. В.

Стратегії антикризового управління
сучасним підприємством 167

Захожай В. Б., Бурсов Р. В.

Сучасні підходи щодо визначення
технологічного рівня
промислових підприємств 176

Карбовська Л. О.

Досвід зарубіжних країн щодо регулювання
попиту і пропозиції на ринку праці
фахівців з вищою освітою 184

Лелик Л. І., Гринькевич О. С.

Регіональні рейтингові оцінки як
інструмент популяризації внутрішнього
туризму в Україні 189

Kukhta P. V.,**Aliev H. H.**

Constituent parts of the mechanism of control
of enterprises investment activity 196

Баєв В. В.

Загальноекономічні тенденції розвитку
туризму України 200

Голуб Л. О.

Оцінка аудиторського ризику та
тестування засобів контролю фінансової
діяльності підприємства 207

Корецька О. В.

Щодо визначення економічної сутності
конкурентоспроможності промислових
підприємств 215

Романенко А. М.

Роль механізму “єдиного вікна”
у забезпеченні спрощення процедур
міжнародної торгівлі 223

ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ 229**Konczanin M.**

The status of the profession of a speech therapist
in Sweden, Norway, the Czech Republic 229

Szafrńska K.

The humanization of the process of educating
logopedists (speech-language pathologists)
at the university level 232

Кравченко А. І.

Цінність як духовний стрижень
особистості в процесі її становлення
та життєдіяльності:
концептуально-постановчий аспект 237

РЕЦЕНЗІЇ 231**Утвенко В. В.**

Рецензія на монографію В. В. Омельчука
“Нормативно-правове забезпечення
державно-церковних взаємин у Візантійській
імперії” 243

Радзієвський О. І.

Рецензія на монографію А. Г. Охріменко
“Фінансове забезпечення
функціонування туристичної галузі
України” 249

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 251

УДК 1:321

І. М. ВАРЗАР

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

В. М. ТІМАШОВА

Національна академія внутрішніх справ, м. Київ

КОНЦЕПТ РЕФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СФЕРИ У ПЕРЕДВИБОРНИХ ПРОГРАМАХ КАНДИДАТІВ НА ПОСТ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ (2014 р.)

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 5—12

Проаналізовано концепт реформування політичної сфери у передвиборних програмах кандидатів на пост Президента України.

Лідер цивілізованої країни (якого в нас дещо некоректно називають “главою держави”) здійснює свою діяльність, в основному, в соціологічному просторі та конституційних координатах політичної сфери суспільства. Але це не означає, що йому слід “вручну урядувати усіма буденно-поточними справами, міняти номери на машинах, ліквідовувати/створювати автоінспекції, саджати дерева, доїти корів тощо” [2, 29]. Попри це, вже п’ятий Президент урядовує в країні всім і вся, начисто забуваючи чи просто не відаючи про існування свого автентичного правлінського локусу саме в координатах політичної сфери. Але на даний момент уся ця колізіоністика — вже минуле.

Наукова аксіологія підказує вимогу дискурсу: перш ніж зайнятися гносеологічним пошуком якогось дослідницького феномену, треба його концептуалізувати. Стосов-

но політико-сферної теми, та й взагалі, — в Україні, як зазначає В. М. Литвин, “зроблено лише перші кроки у напрямі концептуалізації наукової мови як ефективного знаряддя управління політичними процесами” [5]. Нас ця колізія зацікавила у прямій постановці питання про концептуалізацію феномену політичної сфери в президенціальних візіях великої групи крупних політичних елітників, які нині офіційно претендують на пост Президента України.

Точніше кажучи, нас зацікавила сьогоденна політологічна контрверза на фоні: 1) майже завершеної політичної фази євромайданової революції; 2) створеного і вже натхненно діючого уряду; 3) переструктурованого парламенту; 4) “наполовину” підписаної угоди про асоціацію з Євросоюзом та 5) щойно прийнятою новою редакцією Конституції, — на цьому фоні, яких же поглядів

щодо політичної сфери дотримуються два десятки кандидатів на пост Президента України? Щоб відповісти на це запитання, розглянемо тексти програм 20-ти кандидатів на пост Президента України (Наталія Королевська, Олег Царьов і Петро Симоненко зняли свої кандидатури), опублікованих у спецвипуску парламентської газети “Голос України” за 30 квітня 2014 р.

Зокрема, у тих текстах плекаємо намір виявити таке: 1) Чи розуміють вони видимі та підтекстові смисли дієвого існування політичної сфери в житті суспільства? 2) У яких поняттях і термінах вони її концептуалізують? 3) Якою бачать кандидати конструкцію самої політичної сфери? 4) У разі перемоги на виборах, що саме вони в ній “добудували” б, а що радикально реформували б? 5) Яким понятійно-кратологічним інструментарієм вони оперували б у своїй правлінській діяльності? У підсумку ми (дослідники, еліта, суспільство) отримали б відповіді і на свої запитання: 1. Чи не ототожнює кожен з них пости Президента і Прем’єра (стихійно чи свідомо заплутуючи зміст поняття “правління” та “управління”)? 2. До якої форми політичного правління країною кожен з них суб’єктивно прагне — президентсько-парламентської, парламентської чи “чисто” президентської? 3. Зрештою, щоб виборцям стало доконче ясним, до якого кратологічного (владарного) типу кожен з них об’єктивно себе відносить: демократичного, ліберального чи авторитарного?

У попередніх наших публікаціях неодноразово наголошувалося, що сфера є соціологічною цариною життя, в якій люди реалізують свої поточні й перспективні потреби та інтереси. У справі визначення кількості сфер та логіки їх розташування в соціологічному просторі будь-якого суспільства першоімпульсом послугувала думка В. Парето про п’ять основних вітальних потреб (лат. *vitalis* — життєвий), без задоволення яких неможливе й саме людське життя, — потреби в їжі, одязі, житлі, розмноженні та спілкуванні. Отже, сфер усього п’ять і вони (за годинниковою стрілкою) розташовані таким чином: економічна, духовна, політична, куль-

турна і — в самому центрі — етноісторична [3, 100].

Одразу ж зазначимо, що дуалітет “політичні потреби — політичні інтереси” усіма двадцятьма президентськими кандидатами або не розглядається взагалі, або ж, зокрема, не аплікується до політичної сфери.

А коли так, не зайвим буде нагадування деяких вихідних теоретичних істин щодо політико-сферного питання. Це, за задумом, має послуговуватися нам “наступницьким містком” до об’явленої теми. Конфігурація локалізації сфер є такою, що кожна сфера “вихоплює” у трьох сусідок майже по половині їхнього соціологічного простору, а етноісторична сфера в усіх чотирьох “вихоплює” по одній четвертій частині того простору. Оці “поля взаємного покриття” всередині сфер та поза їх межами, — це і є **галузі** суспільного життя людей. Наприклад, усередині економічної сфери існують галузі промисловості, агровиробництва, транспорту, фінансів та ін., а у просторі між економічною, політичною, духовною, культурною та етноісторичною сферами — галузі регіоналістики, етнополітики, освіти і т. п. Перелічені сфери та галузі внутрішньо складаються з трьох серцевинних структурних елементів: 1) **відносин** людей з приводу важливих для них потреб та інтересів у даній сфері; 2) **інститутів**, що їх утворюють люди у прагненні “зафіксувати на свою користь” прийнятних їм сьогодні відносин у даній сфері; 3) **ідеології** — сукупності поглядів людей на свої відносини та інститути у даній сфері [3, 101].

У країнах, що динамічно розвиваються, до яких належить і Україна, політична система самоелімінується з надр і меж політичної сфери і виходить на широку соціумну арену. Досить часто у подібних випадках політична система у різкий спосіб то “накладається”, то взаємопронизується із соціальною системою. У цьому сенсі політична система стає “різновидом” соціальної системи [6, 68]. Політичні процеси, що відбуваються при цьому, спрямовані насамперед на трансформацію тріади складових політичної сфери: політичних відносин, політичних інститутів та політичної ідеології.

Отже, на фоні викладеного вихідного теоретичного загалу розглянемо основні політичні положення програм кандидатів на пост Президента з точки зору наявності та взаємодії трьох складників політичної сфери.

Політичні відносини. Демократичне суспільство характеризується наявністю збалансованої системи політичних та управлінських відносин. Чинна система політико-управлінських відносин в Україні має суттєві функціональні дисбаланси, які виникли в результаті невдалої спроби впровадження політичної реформи у 2004 р., що сформували підґрунтя для інституційних конфліктів, які, в кінцевому рахунку, знизили у цілому по країні ефективність державного управління, що в наступному і призвело до двох, так досі й незакінчених, політичних революцій “зверху”. Перед українськими політиками та науковою спільнотою стоїть завдання визначення змісту збалансованого стану політико-управлінських відносин з метою нейтралізації інституційних конфліктів. Визначення конкретного змісту збалансованої структури політико-управлінських відносин в Україні досі залишається дискусійним питанням.

У всіх, без винятку, програмах кандидатів немає положень про те, які владні важелі використовуватиме майбутній Президент на своїй посаді і що саме, конкретно він, буде робити. Особистісні державні функції, у кращому випадку, декларуються приблизно і дуже “загально”. У програмах деяких кандидатів (Р. Кузьмін, В. Коновалюк) немає жодного рядка щодо збалансованості системи управлінських і владних відносин. При цьому “сваливають в кучу” квазіпарні поняття, а саме: “правління — управління”, “адміністрування — регулювання”, “постанова — розпорядження” і т. д.

Позитивним є те, що в програмах усіх кандидатів (крім В. Коновалюка) є положення про децентралізацію влади, тобто перерозподіл владних повноважень і можливостей між центром і владою в регіонах. Наприклад, Ю. Бойко навіть називає такий перерозподіл “тією дорожньою картою, за якою Україна рухатиметься в майбутнє”, а М. Добкін наголошує на тому, що його першим кроком на

посаді Президента буде “створення комісії з найкращих фахівців щодо внесення змін до Конституції. Ці зміни дозволять передати на місця стільки влади, скільки місцевій владі і місцевому самоврядуванню необхідно”, тобто запровадити принцип субсидіарності влади. Очевидно, що така “концептуальна” однастайність у передвиборчих програмах викликана складним політичним становищем в Україні, коли реальне впровадження сильного місцевого самоврядування є засобом подолання її розколу. У програмах деяких політиків (М. Добкін, А. Гриненко) така децентралізація декларується як поступовий перехід до конфедералізації України, що в нинішніх кризових умовах є розтягненням країни на шматки місцевими олігархами і суспільною Росією [4].

Дивує політична позиція В. Коновалюка, який дуже давно перебуває у владі: він вдало називає перший розділ своєї програми “Ефективна влада — перший крок до оновлення країни”. При цьому цей розділ складає кілька рядків, у яких немає чіткої позиції стосовно децентралізації влади. Неадекватна назва розділу, що стосується політичних змін, наявна і в програмі у Ю. Тимошенко, яка, судячи з назви розділу “Створення принципово нових правил управління країною за участі громадян і громадянського суспільства”, не розуміє різниці між правлінням (владні відносини) і управлінням (менеджмент, який здійснюють чиновники, державні службовці). Народ, громадяни — є носієм влади (ст. 5 Конституції України), тобто не правління, а управління, яке полягає в ефективному “поділі влади” і “розподілі владних повноважень”, здійснюють наймані державні чиновники. У Ю. Тимошенко, як і в більшості кандидатів, спостерігаємо данину одній старій звичці, — нерозуміння суті понять “країна” і “держава”. Держава — це, насамперед, сукупність інституцій, які забезпечують суспільний договір між громадянами і владою, яку ці громадяни обирають задля керування країною з метою подальшого її процвітання і забезпечення безпеки від внутрішніх і зовнішніх загроз. Держава є інституційним стрижнем країни та “згустковим органом” політичної сфери.

Тобто назва подібного розділу мала б звучати так: “Створення принципово нових правил *правління країною* за участі громадян”.

Більш як у десяти кандидатів має місце незрозуміння понять “сфера” і “галузь”. Це особливо рельєфно присутнє у назві розділу кандидата у Президенти А. Гриненка, який закликає “реформувати кредитно-фінансову галузь економічної сфери”. Зважаючи на вищенаведене роз’яснення цих понять, правильним було б написати “реформувати кредитно-фінансову галузь”. Спостерігається і плутанина між поняттями “сфера”, “галузь” та “область”. Це впадає у вічі в програмах О. Ляшка, О. Богомолець, В. Цушка.

Що стосується форми політичного правління, то в багатьох програмах вона не озвучена або є незрозумілою (Ю. Бойко, В. Рабінович, С. Тигіпка, В. Саранов, О. Ляшко, М. Маломуж, Ю. Тимошенко, О. Богомолець, А. Гриценко, О. Клименко, В. Куйбіда, З. Шкіряк). Р. Кузьмін пише, що в його програмі “викладено президентську стратегію розвитку України”. П. Порошенко запевняє, що стане “гарантом збереження щойно відновленої парламентсько-президентської форми правління, за якої Уряд формується коаліцією фракцій та депутатів”. А. Гриненко розпочинає свою програму ствердженням, що “Україна — суверенна парламентсько-президентська республіка, територіально неділима”. О. Тягнибок пропонує у своїй програмі “винести на всенародне обговорення проект Конституції, згідно з яким Українська Держава є президентською республікою, Президент України є главою держави... і безпосередньо очолює Уряд України”. Д. Ярош обіцяє “створити надійну систему стримувань, противаг і запобігання диктатурі на основі президентсько-парламентської моделі державного устрою”.

Суто структура управлінської системи в політичній сфері найбільш конкретно представлена у кандидата в Президенти В. Цушка. Він зазначає: “Вкрай важливою є децентралізація влади та фінансів шляхом внесення змін до Конституції та законодавства: центральна влада має контролювати НБУ, МЗС, Міноборони, реформовану Ген-

прокуратуру, СБУ, службу зовнішньої розвідки, МВС (з функціями, притаманними ФБР у США), митницю; решту функцій слід передати у відання виконкомів сіл, селищ, міст, районів, областей)”. З цього зрозуміло, що В. Цушко бачить Україну парламентською республікою, його програма передбачає і механізми її формування та він ледь не єдиний з кандидатів пропонує створення в Україні двопалатного парламенту (за прикладом Польщі); палату представників з 300 депутатів має бути обрано за системою відкритих партійних списків (за новим законом); другу палату — Сенат — має бути сформовано з народних обранців: по три представники від кожної області (за принципом областей — виборчий округ). Обов’язково треба прийняти закон про процедуру імпідменту Президента, а також доступний для реалізації закон про загальнодержавні та місцеві референдуми.

Позитивним є те, що майже в усіх програмах кандидатів у Президенти прописані зміни або реформи судової системи, у деяких з них зазначені навіть механізми їх здійснення. Тільки у програмі Р. Кузьміна цій болючій проблемі присвячений один невиразний популістський рядок — “забезпечити право громадян на справедливий і незалежний суд”. Приблизно така сама картина спостерігається в програмах у С. Тигіпка і В. Куйбіди. Зовсім немає пропозицій щодо реформування судової системи у Ю. Бойка, В. Рабіновича, В. Коновалюка, М. Маломужа — “виступаю за проведення конституційної та судової реформ”, у А. Гриненка — одне гасло “Суди повинні бути справедливими!” О. Богомолець декларує, що дасть право “громадянам відкликати чиновників, правоохоронців, суддів і політиків, які перейшли межу закону і моральності”, А. Гриценко хоче створити “незалежний суд”, не пояснюючи, яким чином він це зробить. В. Цушко пропонує конкретні пропозиції по судовій реформі, а саме: “Кандидат у судді має бути не судимим громадянином України з вищою юридичною освітою та 5-річним стажем роботи у сфері юриспруденції. Суддів слід обирати у районах та містах і частину з них делегувати до обласних верховних судів, із ротацією через рік”.

О. Ляшко, О. Тягнибок та З. Шкіряк пропонують провести люстрацію суддів. У програмі Ю. Тимошенко реформуванню судової та пенітенціарної систем присвячений цілий розділ, що, зважаючи на її минуле ув'язнення, є цілком зрозумілим.

Політичні інститути. Положення неоінституціоналізму про визначальну роль неформальних (громадських) інституцій, сила яких особливо зростає в умовах інституційного вакууму, слабкості або недостатньої легітимності формальних інституцій, дуже влучно характеризує сучасну політичну ситуацію в Україні. Якщо і надалі процеси формальної (державної) та неформальної (громадської) інституціоналізації відбуватимуться в діаметрально протилежних напрямках, то демократичного вибору не буде, а країна прийде до зовсім іншого фіналу. Гармонійна взаємодія інститутів громадянського суспільства з політичною державою дасть змогу поступово обмежити державне втручання в економічне і соціокультурне життя громадян. Розростання держави буде поступово зведене до мінімуму і дасть можливість останній посісти належне їй в умовах сучасного розвитку місця, — бути лише функцією суспільства під його постійним і всебічним контролем [7, 10].

Щодо передвиборних програм кандидатів у Президенти взаємодія державних установ і громадянського суспільства зводиться, в основному, до контролю над владою, хоча такі пропозиції є не у всіх кандидатів. Так, Р. Кузьмін пропонує “забезпечити народний контроль влади, проведення відкритих конкурсів при призначенні на посади та можливість відкликання чиновників з посад народом”, В. Саранов — дати можливість “громадянам здійснювати вплив при призначенні співробітників державних органів, а також можливості ініціювати їх зняття з посади”. О. Ляшко йде далі і хоче провести “кардинальну реформу державної служби — скорочення апарату, підвищення зарплати, запровадження відкритих конкурсів та люстрацію держслужбовців”.

Подібні положення і в програмі П. Порошенка. О. Богомолець зобов'язується “розбудувати громадянське суспільство з наданням

розширених прав територіальним громадам, розробити і втілити засоби впливу громадянського суспільства на владу, створити інструменти для контролю за діями влади і чиновників. Ініціювати прийняття Закону України про Майдан як інструмент громадянського впливу на владу”. А. Гриценко обіцяє повернути владі людяність і зробити її відкритою для громадянського суспільства. В. Цушко має цілий розділ по контролю обранців всіх рівнів, а серед його позицій “обов'язковим є введення системи контролю “Вотум довіри” над керівниками виконкомів та депутатами всіх рівнів, сенаторами та суддями”. Ю. Тимошенко хоче впровадити більш загальний і конче потрібний “принцип найменшого втручання держави у справи бізнесу”. Подібне положення є в програмі Д. Яроша, а саме — “обмеження втручання держави в економічні процеси” і З. Шкіряка, який виступає за “реальне відокремлення бізнесу від політики”.

Отже, підсумовуючи здобутки кандидатів у Президенти стосовно взаємодії державних і громадських інституцій, найбільше пропозицій щодо місцевого самоврядування, тобто децентралізації, а також контролю за владою. Важливий принцип невтручання держави в економіку є тільки у трьох кандидатів.

Політична ідеологія. На відміну від тоталітарних режимів традиційні розвинені демократії мають своїм невід'ємним (характерним) атрибутом ідеологічний і політичний плюралізм. Вони допускають гармонійну взаємодію (співіснування) громадських і політичних структур, суттєво відмінних за своїми соціальними диспозиціями, інтересами та політичними вподобаннями. Отже, в політичній сфері суспільного життя необхідною умовою позитивної ролі політичних ідеологій є їхній плюралізм.

У передвиборчих програмах кандидатів у Президенти ця складова представлена найменше. Не йдеться про ідеологічний плюралізм у політичній сфері в програмах Р. Кузьміна, В. Рабіновича, С. Тигіпка, М. Добкіна, В. Коновалюка, А. Гриненка, О. Богомолець, А. Гриценка, В. Цушка, В. Куйбіди. Ю. Бойко переймається тим, що “ми не можемо покладати свої надії і сподівання на один центр

прийняття політичних рішень, на одного політичного лідера... Саме тому я пропоную громадянам обирати не ідеологію, а конкретні пропозиції змін у системі” (цікаво, куди ж зникла ідеологія?). У В. Саранова у програмі є цілий розділ “Безумовна свобода слова”. О. Ляшко закликає заборонити Комуністичну партію і Партію регіонів. У Ю. Тимошенко ідеологічний плюралізм знайшов свій вираз у таких рядках: “...не допускати втручання держави у внутрішні справи церкви”. П. Порошенко запевняє, що “в якості першочергового заходу внесу до Верховної Ради закон про парламентську опозицію”. Д. Ярош пише, що “засадничою ідеологією нової Конституції має бути цінність людської гідності та прав людини”. О. Тягнибок обіцяє “заборонити притягнення до юридичної відповідальності депутатів усіх рівнів за їхню політичну позицію, висловлювання і характер голосування в радах та їхніх органах (крім випадків антиукраїнської, антидержавної, українофобської діяльності)”. О. Клименко закликає “забезпечити захист ідеологічних основ української державності через: відновлення історичної пам’яті та належне вшанування учасників національно-визвольних змагань, визнання вояків УПА борцями за незалежність України...”.

Отже, ознайомившись з передвиборними програмами кандидатів у Президенти України, можна підсумувати: ніхто з них повною мірою не озвучив своє бачення політичної сфери як злагодженої взаємодії трьох її складових — політичних відносин, політичних інститутів і політичної ідеології. Не всі кандидати написали, до якої форми політичного правління хочуть привести країну, а коли так, то з подібного тексту зрозуміло, що ім’ярек ототожнює пости Президента і Прем’єра. У програмах, де така позиція наявна, існують розбіжності: хочуть і президентську, і парламентську, і парламентсько-президентську форми правління. В текстах програм майже половини кандидатів присутня плутанина в поняттях. Тобто типологічно потрібної часові передвиборної програми кандидата в Президенти, яка відповіла б на поставлені на початку статті запитання, на жаль, немає.

Із проведеного аналізу випливають не досить втішні висновки. **Перший висновок.** Із всесвітнього загалу політичної думки у призмі критерійних завдань теми впливає самоціннісний урок: особливо політичним чином прогресує та країна, якою урядовує **просвітне правління та професійне управління**. Саме діалектичне спряження “правління” та “управління”, як-то кажуть англійці, задає країні *“policy determines politics”*, — тобто виробляє курс, яким визначає у ній політику. Прочитуючи анфас та контекстуально президентські програми претендентів на вищий у країні політико-державний пост, доходимо висновку: політико-кратологічною просвітністю вони (кандидати та їх програми) майже не відзначені.

Другий висновок — стосовно понятійно-термінологічної вербалістики текстів самих кандидатських програм. Оті тексти написані простонародною, буденною, непонятійно-категорійною мовою, яка світоглядно не розмежовує теоретичну та здоровоглуздівську постановку обговорюваних суспільно-політичних питань злободенного життя кризуючої країни. Та й серед вчених колег мало хто у цій диференціації сенсів бачить проблему. А великий фізик М. Борн її бачив. “...Інтелект, — писав М. Борн, — відрізняє можливе від неможливого, а здоровий глузд відрізняє лише доцільне від “безтямного” [1, 10]. Як видно, тут мимовільно йдеться про здійсненність/нездійсненність передвиборних проектів, або ж про реальність/прожектерність запропонованих суспільству змін — не “взагалі”, а суто — в політичній сфері. Здоровоглуздівська буденщина стосується політико-кратологічних матерій. Трохи виразніше виглядають теоретико-правничі та економіко-реформаційні аспекти. Найпомітніший тут негатив полягає у нерозумінні (авторами тих передвиборних програм) того, що право та економіка (господарство) — це не парафія Президента, а ... інших гілок влади. Та й для нашої статті — це не предмет детального аналізу.

Третій висновок ще сумніше попередніх. На сторінках кандидатських програм загальноносферною теорією та політико-сферною

концепцією, як-то кажуть, і не пахне. Із 20-ти проаналізованих програм лише у 4-х доторкуються проблеми політичної сфери, — в усіх інших кандидатів ця матерія фактично перебуває не у фокусі уваги. А це значить, що півтора десятки солідних політичних осіб, претендуючи на президентський пост, і не підозрюють, що лідер країни (а не “глава держави”!) життєдіє не “десь там...”, а саме в політичній сфері. Характерно й те, що цю “заковику” на нюх і дух не відчувають перші три, найпросунутіші кандидати...

Четвертий висновок теж не з веселих... Оскільки, об’єктивно кажучи, усі кандидати — “на всі сто!” — акцентуються не на генеральних питаннях **політичного правління країною**, а на деталях **державного управління економічним життям суспільства**, частково — й на аспектах соціального захисту людей, — остільки неозброєним оком прочитується політико-психологічна контрверза: всі вони бачать себе не політичними лідерами народу, а лише... добрими патерналістами, народолобцями в образі “прагматичного керівника”... уряду. Про цю ж саму політологічну прогалину свідчить і бідність теоретико-інституційного інструментарію здійснення гіпотетичним Президентом своїх конституційних і професійних повноважень та обов’язків: у більшості програм той інструментарій подано у такій “самовказівній”, але безадресній та позаконцептуальній формі, як за радянських часів від усіх управлінців вимагалися абстрактні дії на кшталт “підняти”, “покращити”, “підвищити” і т. п., а від народу — лише одне: голосуйте за нас...

Отже, самовимальовується синтеза: судячи з опублікованих кандидатських програм, цього разу, об’єктивно кажучи, народ обирає

не Президента, першорангового політичного правителя, а третьорозрядного (після Прем’єр-міністра) завгоспа країни. Шкода. Бо ще одну каденцію країні доведеться жити у “безкритерійному вакуумі”, коли найактивніші на політичній вулиці особи так і не змогли адекватно істині зрозуміти сутність і соціоцівілізаційний потенціал політичної сфери, “яка стосується повсякденного життя та майбутнього мільйонів людей” [5], — найважливішої та найвразливішої царини буття людей у країнах будь-якого типу та будь-якого рівня соціокультурної зрілості.



Література

1. Борн М. Моя жизнь и взгляды: Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1973. — 176 с.
2. Варзар І. Правлять ідеї // Віче. — 2006. — Вип. № 11—12(176—177). — С. 1—82.
3. Варзар І. М. Розмислові тези про колишні свої намагання посилено вирішувати деякі засадничі проблеми політичних наук / І. М. Варзар // Вісн. Львів. ун-ту. — 2011. — Вип. 1 (Серія “Філософсько-політологічні студії”).
4. Вибори Президента України 25.05.2014 р. // Голос України. — 2014. — 30 квіт.
5. Литвин В. Децентралізація, федералізація, сепаратизм: парадокси політичного дискурсу // Голос України. — 2014. — 6 трав.
6. Тімашова В. М. Структурно-функціональні співвідношення в дуалітеті “політична сфера — політична система”: ціннісно-регулятивні та управлінські аспекти // Наук. часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. — 2013. — Вип. 12. — С. 66—72 (Серія “Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін”).
7. Філоненко Р. Демократизація українського суспільства — засаднича складова входження України до простору Європи / Р. Філоненко // Віче. — 2011. — № 2. — С. 9—12.

Проаналізовано концепт реформування політичної сфери у передвиборних програмах кандидатів на пост Президента України. Дано відповіді на питання про бачення кандидатами реформування політичної сфери в аспекті тріадної взаємодії політичних відносин, політичних інститутів і політичної ідеології, а також використання в їхніх програмах понятійно-кратологічного інструментарію у вирішенні цих питань.

Проанализировано концепт реформирования политической сферы в предвыборных программах кандидатов на пост Президента Украины. Даны ответы на вопрос о видении кандидатами реформирования политической

сферы в аспекте триадного взаимодействия политических отношений, политических институтов и политической идеологии, а также использование в их программах понятийно-кратологического инструментария в решении этих вопросов.

Analysis of the concept of reforming the political sphere in the election platforms of the candidates for President of Ukraine. These answers to questions about the candidates vision to reform the political sphere in terms of triadic interaction of political relations, political institutions and political ideology, and the use of concepts and tools kratolohichnym in dealing with these issues.

Надійшла 22 травня 2014 р.

ІМПЕРСЬКА ГЕОСТРАТЕГІЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ У СВІТІ: ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 13–20

Розглянуто основні напрями та інструментарій геостратегії Російської Федерації на міжнародній арені. Виявлено прагнення Росії перетворитися на один із “полюсів” сучасного світу. Визначено головний перспективний вектор геостратегії Росії — азійсько-тихоокеанський.

Навесні 2014 р. спостерігається посилення конфронтації на міжнародній арені, що пов'язано з агресивною геополітикою Російської Федерації щодо України. Всупереч загальновизнаним нормам міжнародного права, відбувається брутальне втручання у внутрішні справи суверенної України, відторгнуто Крим, триває латентна експансія Росії на південному сході нашої країни. Припускаємо, що така геополітика РФ не є випадковим тимчасовим явищем і продиктована не лише прагненням забезпечити її інтереси на пострадянському просторі. Сучасна геополітика Росії, на нашу думку, ґрунтується на стратегічних засадах зовнішньої політики, що розроблені і реалізуються нинішнім керівництвом Кремля. При цьому офіційні документи та заяви політичної влади РФ досить часто є камуфляжем “жорсткої” геополітики цієї держави. На глобальному рівні нинішня конфронтація із Заходом має призвести до послаблення європейської орієнтації зовнішньої політики Росії, натомість очікується посилення її стратегічної співпраці з країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону. Отже, дослідження сучасних напрямів та інструментів російської геостратегії є дуже важливою науково-теоретичною та прикладною проблемою.

Сучасна геополітика Російської Федерації належить до дуже популярних науково-дослідницьких тем. Серед західних вчених

варто відзначити праці З. Бжезінського, М. Євнгелісти, А. Каппелера, Д. Лівена, О. Мотиля, С. Макферлейна, Р. Суні, Д. Трейсмана, Дж. Фрідмана та ін. Крім переважно негативної оцінки російського експансіонізму, слід звернути увагу на те, що окремими західними авторами так званий євразійський простір визнається сферою інтересів Росії, фактично віддається під її “цивілізований” контроль. Проблематика геополітики Росії, особливо на пострадянському просторі, досліджується в працях українських вчених О. А. Ірхіна, М. С. Дорошка, О. В. Скребець, С. В. Глебова, М. А. Шульги, І. М. Ветринського, О. А. Волошина та ін. Вітчизняні дослідники, зокрема, виявляють головні передумови та чинники виникнення сучасного російського імперіалізму, аналізують загрози з боку Росії для національної безпеки України, пропонують шляхи забезпечення суверенних прав нашої країни. У російській науці геополітичні дослідження є надзвичайно поширеними. Серед російських вчених можна назвати Є. Ю. Винокурова, К. С. Гаджієва, О. Г. Дугіна, І. В. Зеленьову, Н. О. Комлеву, А. Ю. Мельвіля, Е. Г. Соловійова, Д. В. Треніна, В. І. Якуніна та ін. У багатьох працях досліджуються стратегічні засади геостратегії та геополітики Росії на міжнародній арені у протистоянні із Заходом. При цьому пропонуються доволі різноманітні фундаментальні засади геостратегії сучасної РФ. Аналіз пу-

блікацій останніх років свідчить про те, що в російському науковому товаристві, попри різноманіття думок, спостерігається тренд до прагнення обґрунтування новітньої імперської геостратегії та геополітики РФ. Тому дуже актуальним вважається дослідження сутності сучасної геостратегії Росії і шляхів її здійснення у світі в цілому та на пострадянському просторі зокрема.

Виявимо головні напрями геостратегії РФ та основні засоби, які вона застосовує для досягнення своїх стратегічних цілей на міжнародній арені.

На нашу думку, сучасне керівництво РФ розбудовує новітню імперію. Вважаємо, що неомперією слід іменувати велику геополітичну систему, що вирізняється складною багаторівневою ієрархічною структурою з різнорідними внутрішніми компонентами і має зовнішні компоненти (або мережі) у світовому геопросторі [2, 17].

Геостратегія сучасної РФ розвивається у напрямі побудови багатопольярного світу в стилі О. Г. Дугіна [3]. “Стратегією національної безпеки Російської Федерації до 2020 року” передбачено перетворення її на світову державу, діяльність якої спрямована на підтримку стратегічної стабільності і взаємовигідних партнерських відносин в умовах багатопольярного світу [11]. При цьому одним з полюсів такого світу має бути новітня Російська (“Євразійська”) імперія [3].

Для того щоб бути одним зі світових “полюсів”, у Росії є: найбільший у світі мінерально-сировинний потенціал (зокрема, унікальні поклади енергоносіїв); доволі потужна індустрія (особливо ВПК); величезний військовий потенціал (найбільший ядерний арсенал); навіть, на думку багатьох російських авторів, вона очолює свою власну цивілізацію — “євразійську”. Дуже вигідне географічне положення надає Росії потенційну можливість стати трансконтинентальним “мостом” між Заходом і Сходом. На думку В. І. Якуніна, розбудова транспортних “коридорів” через Євразію разом з експортом російської сировини за рублі має привести до набуття Москвою статусу одного зі світових фінансових центрів [12, 19].

Сучасна глобальна геостратегія Москви ґрунтується, як вважає автор, на таких засадах. Після економічної кризи 2008—2009 рр. США, країни Західної Європи та Японія відзначаються низькими темпами економічного розвитку. Відбувається подальше поступове послаблення США на міжнародній арені, знижується ефективність американської зовнішньої політики. Захід взагалі дедалі більше втрачає економічну могутність і моральний авторитет у світі. Натомість економічно і політично зміцнюються регіональні “полюси”, і багатопольярний світ стає реальністю. Взаємодія РФ з іншими незахідними “полюсами” дає змогу спільно протистояти Заходу, посилювати вплив у всьому світі, а також домінувати у “своєму” регіоні — на пострадянському просторі. При цьому для Росії виникають достатньо широкі можливості: застосовувати для досягнення своїх цілей “жорстку” силу (навіть, безпосередньо, військову), виходячи зі свого власного трактування норм міжнародного права; проводити свою політику щодо захисту прав людини (знову таки на основі своїх уявлень про останні); вдаватися до дипломатичного тиску, шантажу, погроз; вести торговельні та інформаційні війни тощо.

На нашу думку, події 2014 р. засвідчили про посилення “полярності” на світовому рівні. Наприклад, під час голосування 27 березня 2014 р. на засіданні ГА ООН Резолюції А/RES/68/262 щодо територіальної цілісності України світ фактично “розколовся” за ознакою підтримки чи засудження експансіоністської геополітики РФ. Переважна більшість держав світу (100) засудили приєднання Росією Криму, продемонструвавши прихильність до сучасних норм міжнародного права — прагнення збереження територіальної цілісності України. Проте, тривожною ознакою для майбутньої стабільності світу є не стільки позиція тих 11-ти країн, які голосували “проти” — це переважно (крім самої РФ) геополітичні аутсайтери. Особливу тривогу, на нашу думку, має викликати велика кількість держав, які “утрималися” або не брали участь у голосуванні на засіданні ГА ООН (відповідно 58 і 24). Серед тих, хто

“утримався” — Китай, Індія, Південна Африка, Бразилія, Аргентина та ін.

На глобальному рівні Росія прагне забезпечити подальший контроль над санкціонуванням застосування сили в міжнародних відносинах, застосовуючи, зокрема, сучасні механізми функціонування Ради Безпеки ООН. Російська влада зацікавлена у збереженні нинішньої структури РБ ООН, вважає, що “статус п’яти постійних членів має бути збережений” [7]. Такий “розклад” у РБ ООН із правом “вето” даватиме Росії можливість і надалі блокувати невідповідні для неї резолюції.

Донедавна в політиці РФ на міжнародній арені проявлялися такі провідні напрями: інтеграція в рамках СНД, підвищення ролі відносин з Азією, “економізація” зв’язків з ЄС, зниження пріоритетності відносин з НАТО та іншими західними інститутами, дистанціювання від США [10]. У сучасній багатовекторній геостратегії РФ у цілому можна виокремити три головні геостратегічні вектори: європейський, “євразійський” та азійсько-тихоокеанський. Вони можуть реалізовуватися одночасно і взаємно доповнюватися.

Європейський вектор посідав чільне місце в зовнішній політиці Росії з часів Петра I. У подальшому він залишався одним з провідних у геостратегії Російської імперії, а згодом і СРСР. Нещодавно однією зі стратегічних цілей РФ вважалося укладання договору про стратегічне партнерство з ЄС [7]. Пропонувався проект створення “єдиного економічного та гуманітарного простору від Атлантики до Тихого океану” [7]. Значення Європи для Росії залишається винятково важливим, оскільки ЄС є її головним зовнішньоекономічним партнером [10]. У 2013 р. товарообіг РФ з країнами ЄС зріс, порівняно з рекордним 2012 р., лише на 1,9 % і досягнув 417 млрд дол., що становить трохи менше половини загального торговельного обігу Росії [6]. Слід звернути увагу також на те, що на країни ЄС припадає близько 60 % усіх закордонних інвестицій до економіки РФ (290 млрд дол.), а з іншого боку, російські інвестори вклали до країн ЄС понад 80 млрд дол. [6].

Особливо велике значення для Росії мають економічні взаємовідносини з Німеччи-

ною. За нинішніх умов, попри прагматичні економічні інтереси германських корпорацій, влада ФРН виявляє прагнення до запровадження реальних санкцій проти Росії. У співпраці з РФ дуже зацікавлені проблемні з економічного погляду країни ЄС, приєднання яких до економічних санкцій проти Росії завдасть їм суттєвих збитків. Йдеться, наприклад, про Болгарію, Румунію, Італію, Португалію, Іспанію. Проте, вважаємо, що євросоюзівська солідарність у поєднанні із впливом провідних західних держав приведе до жорсткішої позиції влади цих країн щодо РФ.

За нинішніх умов слід очікувати на активізацію діяльності Північноатлантичного Альянсу в Європі, зменшення протиріч між “старими” і “новими” членами, зростання військових витрат держав НАТО. Зрозуміло, що в посиленні північноатлантичної солідарності особливо зацікавлені країни — сусідки РФ.

Таким чином, російський імперський експансіонізм зустрічає досить жорстку, хоча поки що неефективну, протидію з боку Заходу — НАТО на чолі з США та Євросоюзу. Тому, за умов ескалації протистояння між РФ і Заходом, значення європейського вектора в геостратегії Росії має зменшуватися.

Азійсько-Тихоокеанський регіон є особливо важливим перспективним напрямом геостратегії РФ. АТР не даремно вважається тим геополітичним простором світу, що найбільш динамічно розвивається [7]. Реалізація азійсько-тихоокеанського вектора ускладнюється тим, що Далекий Схід Росії недостатньо розвинений для забезпечення її активної участі в Азійсько-Тихоокеанському економічному співробітництві. Проте нині вже реалізуються масштабні інфраструктурні проекти, зокрема, розбудовується транспортний “коридор” “Схід—Захід” [12, 19]. Створюється система трубопроводів для постачання енергоносіїв до країн АТР, особливо Китаю. Існує міркування, що перетворення Росії на потужнішу державу за рахунок тихоокеанської стратегії зробить її привабливішим партнером для Європи [5]. Проте названі стратегічні проекти потребують величезних

довгострокових інвестицій, забезпечити які для Росії дуже важко. Натомість Китай цілком спроможний здійснити інвестування таких грандіозних проектів, отримавши при цьому значні права щодо них.

Керівництво РФ демонструє прагнення нарощувати стратегічне партнерство з Китаєм, активно розвивати співпрацю в усіх галузях [7]. Проте, для Росії подальше поглиблення різнобічної співпраці з Китаєм має певні геополітичні ризики. Вважаємо, що при застосуванні проти РФ дієвих санкцій з боку ЄС, США та інших розвинених країн, Росія може перетворитися на “ізольовану” імперію. У такій ситуації Китай отримає можливість посилити свій вплив на Росію, яка, за умов згорання співпраці з багатьма західними партнерами, змушена буде дедалі більшою мірою потрапляти в економічну (а згодом і політичну) залежність від Китаю. Таким чином, Росія може фактично перетворитися на сировинну базу і стратегічний тил для КНР.

У 2000-х роках Кремль виявив здатність більш-менш вдало маневрувати при здійсненні своєї поточної геополітики. Проте стратегічно йому нині поки що важко зробити вибір, наприклад, між Китаєм та Індією. У відносинах з Індією Росія нині проводить принципову лінію на поглиблення “привілейованого стратегічного партнерства” [7]. Розвиток взаємодії у форматі “Росія — Індія — Китай” має для всіх трьох партнерів велике значення, проте наявність протиріч між Індією та Китаєм знижує ефективність функціонування цього “трикутника”. БРІКС, попри масштабні перспективи, виступає нині досить аморфною структурою, що ускладнює реалізацію глобальних завдань російської геостратегії у протистоянні із Заходом.

Серед інших геостратегічних векторів значимо прагнення Росії до активізації впливу на теренах Близького та Середнього Сходу. За умов жорсткого протистояння із Заходом, можна очікувати, на нашу думку, на посилення політичної підтримки з боку Росії режиму Б. Асада в Сирії. Прогнозується також активізація співпраці РФ із надзвичайно багатим

на енергоносії Іраном. Попри пом’якшення щодо цієї країни міжнародних санкцій, Іран зацікавлений у збільшенні обсягів зовнішньої торгівлі, отриманні російських технологій і досить сучасних систем озброєння.

Нині спостерігаються зміни в стратегії Росії щодо КНДР, зокрема, закріплення стабільності у взаємовідносинах і, навіть, поступки державі, яка, нехтуючи негативним ставленням світової спільноти, продовжує реалізовувати свою програму створення ядерної зброї. Так, 5 травня 2014 р. В. В. Путін підписав закон про скасування корейського боргу в 10 млрд дол., який накопичився ще з часів СРСР. А переговори перед тим безуспішно точилися близько 20 років. Щоправда, близько 2 млрд дол. КНДР все ж має поетапно повернути РФ.

Припускаємо, що на пострадянському просторі геостратегія Росії спрямована на побудову “Євразійської” імперії. Відомий американський вчений українського походження О. Мотиль цілком слушно застерігав, що “із найбільшою ймовірністю імперія поновиться у повній силі тоді, коли сильний центр височітиме над погано забезпеченими периферіями” [8, 122]. Справді, створення Росією неоімперії полегшується геополітичною та геоекономічною слабкістю значної частини пострадянських країн.

При цьому повноцінна інтеграція тут можлива лише на добровільних засадах і переважно в економічній площині — спочатку Митний Союз, а в 2015 р. заплановано створення Євразійського Економічного Союзу. Подальше розширення інтеграційного угруповання може потягнути за собою значні проблеми. За прикладом Білорусі та Казахстану, Вірменія, Киргизстан та Таджикистан прагнутимуть до збереження суверенітету і “свободи рук” на міжнародній арені. З боку Росії неминуче знадобиться донорство щодо цих майбутніх учасників економічної інтеграції. Крім того, у Центральній Азії Росія зустрічає конкуренцію як з боку Заходу, так і Китаю. Саме останній за нинішніх умов спроможний посилити свій вплив на країни регіону, зокрема, на Казахстан, Киргизію, Таджикистан, витісняючи звідти РФ.

Росія зберігає політичний та економічний контроль над маріонетковими Абхазією та Південною Осетією, які офіційно вважаються “сучасними демократичними державами” [11]. По суті, вони виступають як геополітичні плацдарми РФ на теренах Південного Кавказу. Офіційно невизнана Москвою Придністровська Молдавська Республіка також залишається геополітичним плацдармом Росії (ще й із військовим контингентом) поблизу від стратегічно важливого Балканського півострова.

На євразійському геопросторі керівництво Росії вважає ОДКБ головним міждержавним інструментом, покликаним протистояти регіональним викликам та загрозам, що мають військово-політичний та військово-стратегічний характер [11]. Проте зусилля РФ перетворити ОДКБ на “євразійський” аналог НАТО зустрічають спротив з боку інших країн-членів.

Щодо України Російською неоімперією реалізовано силовий сценарій. Відбулося розширення сфери прямого геополітичного контролю на Крим, фактично йдеться про анексію частини суверенної держави. Спостерігається намагання дестабілізувати ситуацію на теренах Південно-Східної України. Така геополітика Росії може призвести на пострадянському просторі до небажаного для неї результату — не залякати інші країни, а активізувати їхні прагнення максимально захищати свій суверенітет.

Отже, сучасна Росія реалізовує власний неоімперський проект, орієнтований у перспективі на найпотужніший гео економічний регіон світу — Азійсько-Тихоокеанський.

Сучасна імперська геостратегія розробляється і здійснюється державною владою Росії. До її реалізації держава долучає бізнес-структури, ЗМІ, неурядові організації, релігійні громади. За нинішніх умов організації суспільства в Росії, усі вони є елементами загальнодержавної імперської системи і мають активно взаємодіяти у справі просування імперських інтересів РФ всередині країни та за кордоном.

Для реалізації імперської геостратегії Росії потрібне подальше формування власної

ідеології як базису існування і розвитку неоімперії. Наголошується, наприклад, на духовних та моральних перевагах “євразійської” цивілізації, необхідності посилення її ролі у світі. Російський офіційний патріотизм значною мірою формується на антизахідних засадах. Особливо поширеним серед сучасних російських ідеологів є антиамериканізм (антиатлантизм). Розходження з ЄС також мають не лише політичний, а й сутнісний, ціннісний характер [10]. У самій Росії останнім часом намітився розкол між значною частиною суспільства і державою. У суспільстві в процесі його розвитку формуються сили та угруповання, які мають відмінні від імперських політичні, економічні та культурні інтереси, зокрема, на міжнародній арені. Такі сили та угруповання держава та підконтрольні їй ЗМІ звинувачують у зрадництві, запродавстві, антинародності, аморальності тощо. Шляхом нав’язування суспільству певного геополітичного дискурсу російська влада прагне забезпечити консолідацію суспільства, відволікти увагу соціуму від нагальних внутрішніх суспільно-економічних проблем.

Важлива роль відводиться православній церкві, яка за допомогою держави має всіляко пропагувати православні духовні цінності. У самій РФ етнічна геополітика спрямована на розбудову “нації-співгромадянства”, так би мовити нової історичної спільноти людей — “російської нації”. Формування імперської наднаціональної спільноти створює основу для захисту не лише російського етнічного населення за кордоном, а й російськомовних “співвітчизників”. Імперська геополітика Росії особливо небезпечна в тих країнах та регіонах, де наявне “змішування населення центру і периферії” [8, 123], як це спостерігається на сході України і, тим більше, в Криму.

В арсеналі російської геостратегії використовується, хоча і з невисокою ефективністю, доволі широкий асортимент засобів “м’якої сили”. “Руський світ” має охоплювати, крім Росії, Білорусь, Україну, значну частину Казахстану. Проведення “м’якої” геополітики спирається, особливо на пострадянському просторі, на мережі фонду “Русь-

кий світ”, “Росспівробітництва”, Російської православної церкви, а також підконтрольні Кремлю ЗМІ.

Застосовується навіть такий традиційно західний інструмент геополітики, як “права людини”. При цьому імперська геополітика РФ нині лише невеликою мірою рахується із вже усталеними у світовому співтоваристві поглядами та із світовою громадською думкою, і “права людини” трактуються російською владою, виходячи із власних імперських поглядів.

Вагома роль у здійсненні сучасної російської геополітики відводиться інформаційним засобам. На теренах самої РФ влада має можливість майже тотального панування в інформаційному просторі, доволі успішно пропагуючи через підконтрольні ЗМІ свої ідеї та цінності. Інформаційна геополітика РФ поширюється також, хоча і меншою мірою, на зарубіжжя. У Росії, як і в інших країнах світу, стрімко зростає прямий обмін інформацією між людьми (зокрема, через соціальні мережі). А це, в принципі, обмежує ступінь впливу традиційних ЗМІ. Проте імперська інформаційна політика Росії враховує і ці новітні тенденції. Навіть спостерігається прагнення взяти Інтернет під жорсткий державний контроль і використовувати його для консолідації суспільства під стягами боротьби з атлантизмом і “бандерівським неофашизмом”. Згадаємо, що приєднання Криму до РФ супроводжувалося неймовірно потужною інформаційною кампанією.

Традиційним засобом досягнення геостратегічних цілей є, безумовно, військова сила. Серед головних військових загроз для РФ, з точки зору її “Військової доктрини”, виділяється, насамперед, “прагнення наділити силовий потенціал НАТО глобальними функціями, що реалізуються з порушенням норм міжнародного права, наблизити інфраструктуру країн — членів НАТО до кордонів РФ, зокрема, шляхом розширення блоку” [1]. У 2011 р. було оголошено про переозброєння російської армії протягом найближчих 10-ти років. При цьому загальні витрати на це переозброєння мають перевищити 20 трлн руб. Військово-промисловий

комплекс Росії має стати локомотивом її високотехнологічної індустріалізації. РФ виявляє прагнення створити таку ПРО, яка буде спроможною повноцінно протистояти НАТО на чолі з США. З іншого боку, невпинне нарощування військового потенціалу призведе до виснаження економіки РФ, особливо, якщо кон’юнктура на світовому ринку енергоносіїв складеться несприятливо, і ціни на них знизяться.

Особливо небезпечним засобом досягнення стратегічних цілей є ядерна геополітика РФ, в якій і нині залишається найбільший арсенал ядерного озброєння у світі. Тому вона спроможна шляхом ядерного шантажу впливати на політику багатьох держав світу та міжнародних організацій.

У серпні 2008 р. п’ятиденний російсько-грузинський воєнний конфлікт завершився переконливою перемогою потужної військової машини РФ. На початку 2014 р. відбулося втручання за допомогою підрозділів спецпризначення у справі України і фактично відторгнення від неї Криму. Зосередження великих мас російських військ та техніки на кордонах виступає як засіб впливу на політичні процеси в Україні. У східних регіонах України навесні 2014 р. Кремль фактично організував “партизанську війну”.

Ефективними інструментами реалізації геостратегії держави є гео економічні засоби. Проте “напівпериферійна” імперія [9] Росія не має змоги повноцінно конкурувати з провідними розвиненими державами світу на ринках високотехнологічної продукції. За винятком продукції ВПК та окремих виробництв машинобудування та хімічної промисловості, експорт з Росії переважно складається з енергоносіїв, сировини та напівфабрикатів. Енергетична стратегія РФ в Європі не обмежується постачанням енергоносіїв до регіону, а передбачає також співробітництво з країнами ЄС в будівництві та розвитку нафтогазотранспортних систем і розробці великих родовищ [4, 9]. Така геостратегія є досить дієвим засобом політичного та економічного впливу на європейських партнерів. Проте країни ЄС, проводячи політику диверсифікації імпорту енергоносіїв,

поступово послаблюють свою енергетичну залежність від РФ. Застосування “третього пакета” санкцій з боку країн Заходу і надалі обмежуватиме економічну експансію “Газпрому” та інших російських корпорацій на європейський ринок.

Існує припущення, що керівництво Росії робить ставку у відносинах із Заходом на самперед на великий бізнес [10], сподіваючись на те, що інтереси американських та європейських ділових кіл (мережевих акторів) переважають геополітичні інтереси самих західних держав. Проте вже нині доля широко-масштабних угод між “Роснафтою” і потужними ТНК “ЕххонМобіл” та “ВР” виглядає проблематично. З іншого боку, залишається сприятлива для Росії можливість того, що в геополітиці Заходу прагматичні інтереси великого бізнесу переважають відданість нормам міжнародного права, і західні країни обмежаться щодо РФ суто формальними і недовірливими санкціями.

Отже, на глобальному рівні геостратегія РФ спрямована на формування багатопольного світового порядку. При цьому, як один з “полюсів” світу, вона прагне відігравати велику роль у глобальних політичних та економічних процесах. Сучасна активізація імперської геостратегії РФ значною мірою зумовлена потребою консолідації російського суспільства за умов істотного уповільнення економічного зростання.

Через експансію на територію суверенної України відбувається конфронтація із Заходом. За цих умов європейський геостратегічний вектор має тенденцію до послаблення. На перспективу головним вектором геостратегії РФ у світі стане азійсько-тихоокеанський. Проте “розгортання” РФ до АТР гальмується недостатнім рівнем економічного розвитку Далекого Сходу Росії, зокрема, досить слабкою транспортною інфраструктурою.

На регіональному рівні геостратегія РФ спрямована на прискорений розвиток “євразійської” інтеграції і формування неоімперського геополітичного та гео економічного простору. На сьогодні для реалізації своєї геостратегії Росія застосовує інструментарій “жорсткої сили” у поєднанні з “м’якою”.



Література

1. Военная доктрина Российской Федерации. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://news.kremlin.ru/ref_notes/461
2. Гольцов А. Г. Имперські геополітичні системи в сучасному світі / А. Г. Гольцов // Наук. праці МАУП. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”. — 2013. — Вип. 4 (39). — С. 15—21.
3. Дугин А. Г. Теория многополярного мира / А. Г. Дугин. — М.: Евразийское движение, 2013. — 532 с.
4. Зеленева И. В. Геостратегия России в сфере энергетической геополитики / И. В. Зеленева // Каспийский регион: политика, экономика, культура. — 2010. — № 1 (22). — С. 8—13.
5. Караганов С. Поворот России к Тихому океану / С. Караганов, И. Макаров // Россия в глобальной политике — 29.01.2014. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.globalaffairs.ru/pubcol/Povorot-Rossii-k-Tikhomu-okeanu-16340>
6. Кому вершки, а кому и корешки: анализ торговли РФ с ЕС и США. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sputnikipogrom.com/economics/11467/russia-eu-us/>
7. Концепция внешней политики Российской Федерации. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mid.ru/brp_4.nsf/newsline/6D84DDEDED BF7DA644257B160051BF7F
8. Мотиль О. Підсумки імперій: занепад, розпад і відродження: Монографія: Пер. з англ. / О. Мотиль. — К.: Критика, 2009. — 200 с.
9. Скребець О. В. “Напівпериферійна” імперія Росія / О. В. Скребець // Грані. Політологія. — 2012. — № 5 (85) трав. — С. 145—150.
10. Тренин Д. В. Четвертый вектор Владимира Путина / Д. В. Тренин // Россия в глобальной политике. — 2013. — № 3. — Спецвыпуск. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.globalaffairs.ru/number/Chetvertiy-vektor-Vladimira-Putina-15992>
11. Указ Президента РФ “Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года” от 12 мая 2009 г. № 537. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html>
12. Якунин В. И. Реконфигурация финансово-экономической карты мира, склад текущего кризиса и возможности России / В. И. Якунин // Экономическая стратегия. — 2010. — № 4. — С. 12—19.

Геостратегія Російської Федерації націлена на формування багатопольярного світу, в якому вона буде одним з імперських “полісів”. На перспективу головним вектором геостратегії Росії має стати азійсько-тихоокеанський, а значення європейського вектора буде зменшуватися. Щодо країн СНД геостратегія Росії спрямована на формування підконтрольної їй “Євразійської” неоімперії.

Геостратегия Российской Федерации нацелена на формирование многополярного мира, в котором она будет одним из имперских “полюсов”. В перспективе главным вектором геостратегии России должен стать азиатско-тихоокеанский, а значение европейского вектора будет уменьшаться. В отношении стран СНГ геостратегия России нацелена на формирование подконтрольной ей “Евразийской” неоимперии.

Geostrategy of Russian Federation is targeted to the formation of a multipolar world in which Russia will be one of the imperial “poles”. In the future the main vector the Russian geostrategy is to become the Asia-Pacific while value of the European vector will decrease. As for the CIS the geostrategy of Russia is aimed at creating “Eurasian” neo-empire controlled by Russia.

Надійшла 20 травня 2014 р.

МАРКЕТИНГ У ПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ ВИКОРИСТАННЯ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 21—30

Застосування сучасних маркетингових підходів у політичних виборчих процесах потребує аналізу спільних особливостей і закономірностей розвитку економічних та політичних систем. Важливими є уроки використання маркетингу у виборчих президентських кампаніях у США.

Політичні виборчі кампанії були і залишаються одним з наймасштабніших, комплексних та найдорожчих видів політичної маркетингової діяльності. Саме цим пояснюється постійно зростаючий інтерес до всебічного дослідження питань, пов'язаних з політичним маркетингом, і знаходження спільних рис та інструментів, що використовуються в сучасних політичних системах та маркетингових концепціях. Розглянемо питання, що перебувають на перетині політичної науки та маркетингу, а також сучасні теоретичні, емпіричні та біхевіористичні підходи при реалізації політичних кампаній. Проаналізуємо три основних аспекти: 1) визначення ефективності та доцільності підходів, які використовуються під час надання маркетингових послуг та їх застосування в політичних кампаніях; 2) дослідження результативності факторів впливу на поведінку виборців під час виборчих кампаній; 3) поглиблення розуміння дієвості застосування таких інструментів впливу, як реклама, брендинг та соціальні мережі, в політичній діяльності.

Політичний маркетинг є важливим напрямом політичної науки, проте поки що перебуває на стадії перетворення в самостійну науку, оскільки предметне поле її остаточно ще не сформоване. В основному це пов'язано з тим, що політичний маркетинг регулярно використовується у політичній практиці, здійснюючи на неї відповідний вплив. Теоретичні праці західних і вітчизняних дослідни-

ків переважно являють собою опис та аналіз технологій, які використовуються у виборчих кампаніях, ніж формування предметного поля політичного маркетингу або створення теоретико-методологічної бази зазначеної дисципліни.

До авторів, які зробили вагомий внесок у розвиток теорії політичного маркетингу, слід віднести П. Бурдье [1; 2], Ж. Горовіца [3], П. Друкера [4], Ф. Котлера [5; 6], Ж. Леві [7], Ч. Ліндблома [8], Д. Ліндона [9], Г. Маузера [10], Б. Ньюмана [11], Й. Шумпетера [12] та ін. Останніми роками особливу активність у цьому напрямі виявили британські дослідники: Дж. Ліс-Маршмент [13], М. Скаммел [14], С. Хенненберг [15].

Питання щодо застосування концепцій маркетингу в політиці найбільш широко розглядаються в працях таких українських та російських науковців, як В. Бебик [16], В. Королько [17], Є. Морозова [18], І. Недяк [19], В. Полторак [20], А. Соловійов [21], С. Шубін [22], О. С. Телетов [23] та ін.

Протягом багатьох років політики та їхні виборчі штаби використовують різноманітні маркетингові інструменти для інформування виборців про себе, свою партію або її політичну платформу. Ті ж самі принципи, що є ефективними на комерційному ринку, виявилися придатними і для політичної арени: успішні політичні кампанії як правило зорієнтовані на широкий загаль виборців, і їх ініціатори приділяють значну увагу створенню

додаткової цінності в очах свого електорату за рахунок поліпшення якості життя і створення максимальної користі з використанням оптимальних ресурсів [24, 3].

Наразі вже є неможливим виключати маркетингову складову та її вплив на успішне проведення політичної виборчої кампанії, або здійснення управління всією країною. Сучасні політтехнологи все більше враховують тенденції передових маркетингових технологій, які успішно застосовуються в бізнесі для просування ідей та отримання результатів.

Тому використання політичного маркетингу вже давно стало звичайною і невід'ємною складовою будь-якої політичної діяльності, незалежно від того, чи мова йде про виборчу кампанію, чи повсякденну буденну роботу суб'єкта політичної діяльності. Під політичним маркетингом ми дотримуємося визначення, запропонованого американськими науковцями Б. Ньюманом і Р. Перлофф, згідно з яким **політичний маркетинг** — це використання індивідами та організаціями ринкових принципів і процедур у політичних кампаніях, що включає в себе аналіз, розробку і стратегічне управління кампаніями кандидатів, партій, урядів, лобістів і груп інтересів, які прагнуть впливати на громадську думку, просувати ідеології, перемагати на виборах і т. ін., відповідно до запитів і потреб певних соціальних груп [25, 18].

Водночас важливо дати визначення класичного маркетингу, щоб мати змогу проводити паралелі і порівняння при проведенні подальшого дослідження спільних рис та відмінностей класичного і політичного маркетингу. Відповідно до визначення Американської асоціації маркетингу, даного в 2004 р., **маркетинг** — це функція організації та набір процесів створення, інформування та доставки цінності споживачам, а також управління відносинами із споживачами таким чином, щоб принести вигоду організації і всім, хто з нею пов'язаний. Пізніше, у 2007 р., цією ж самою асоціацією було запропоноване скориговане визначення цього поняття: “Маркетинг — це функціонування інститутів і процесів, що забезпечують створення, інформування, доставку та обмін пропозицій, які мають

цінність для споживачів, клієнтів, партнерів і суспільства в цілому” [26]. На думку багатьох вчених, нове визначення поняття, зберігши всі достоїнства попереднього, стало більш компактним, точним і мобільним. Саме ним ми і будемо користуватися при подальшому дослідженні спільних рис та відмінностей між класичним і політичним маркетингом.

Відомий дослідник політичного маркетингу, професор Дженніфер Ліс-Маршмент зазначає, що політичний маркетинг — це результат союзу маркетингу та політики, який насправді є “прикладом проникання маркетингу в політику” [27, 272]. На її думку, подібний симбіоз забезпечує більш повне уявлення про поведінку політичних партій.

Британські дослідники Е. Лок та Ф. Харріс виокремлюють сім основних відмінностей між класичним комерційним та політичним маркетингом:

1. На відміну від класичних ринкових відносин, усі виборці визначаються зі своїм політичним вибором одночасно в один і той же самий день, тоді як звичайний покупець має більше часу і можливостей для прийняття рішення.
2. Вибір під час голосування, на відміну від будь-якого іншого рішення про покупку, не має жодного прямого чи непрямого відношення до індивідуальних витрат, що пов'язані з цим.
3. Виборці мають жити з прийнятим колективним вибором навіть за умови, якщо це не було їх індивідуальним рішенням. Це не є характерним для ринкових відносин, де першочерговим є індивідуальний вибір кожного покупця.
4. У результаті виборів переможець отримує владу повністю (особливо це стосується виборчої системи Великобританії). Іншими словами, саме рішення більшості є вирішальним.
5. Політичні партії і їх кандидати залишаються об'єднаним нематеріальним продуктом, який неможливо роз'єднати або обрати окремо, на відміну від ринкових відносин.
6. У більшості розвинених демократій (особливо це стосується США та Вели-

кобританії) створення нової та успішної політичної сили є надзвичайно складним і тривалим процесом. У класичному маркетингу безліч прикладів виведення на ринок нових успішних продуктів можливе за короткий проміжок часу.

7. У класичному маркетингу бренді-лідери завжди висувуються на перші позиції і отримують найбільшу підтримку під час просування на ринку. У виборчих кампаніях можлива поява нових лідерів і не завжди старі лідери перемагають на виборах [28, 14–24].

Водночас політичний маркетинг має багато спільних рис, характерних маркетингу товарів та послуг. Наприклад, споживачі визначаються, якому із брендів віддати перевагу, так само як і виборці обирають серед кандидатів або політичних партій. Вони демонструють лояльність до того чи іншого бренду (належність або лояльність до певної політичної сили) після взаємодії з мас-медіа (політичною рекламою) та безпосередніми прямими продажами (забезпечивши високу явку на виборах), що може ґрунтуватись на різноманітних емоційних та соціальних чинниках. Кандидати, у свою чергу, так само як і комерційні фірми, визначаються з власним позиціонуванням на ринку (політичними переконаннями), виділяють комплекс маркетингових засобів (варіантів політичної підтримки), проводять маркетингові дослідження (визначення рейтингів, голосування і т. ін.). Усі ці дії необхідні для того, щоб врахувати і передбачати дії опонентів, беручи до уваги той факт, що кандидати, так само як і комерційні бренди, весь час взаємодіють між собою у надзвичайно конкурентному середовищі.

Сучасна наукова політична думка виокремлює 4 основних сфери діяльності, в якій політичні партії виявляють активність:

- **Парламентська сфера** — від самого початку суб'єкти парламенту є членами різних партій і політичних сил. Саме тому стратегічною метою партій є поширення і зміцнення впливу всередині парламенту.

- **Виборча сфера** — головними суб'єктами у цій сфері є виборці, і залучення їх максимальної підтримки є головною метою.
- **Внутрішня сфера** — включає в себе членів та активістів партії. Водночас стратегічною метою є посилення і зміцнення політичної організації зсередини.
- **Медіасфера** — основними суб'єктами є журналісти, редактори та спеціалісти по роботі із ЗМК. Стратегічною метою є забезпечення максимальної публічності, створення позитивного та мінімізація негативного іміджу [29, 15].

У кожній з цих сфер політичної діяльності застосовуються базові моделі залучення електорату, що ґрунтуються на загальних принципах роботи з покупцями в класичних маркетингових моделях. Проаналізуємо три підходи до створення моделей політичного маркетингу: 1) модель політичного маркетингу Філіппа Ніффенеджера (запропонована на основі моделі класичного комплексу маркетингу “4Р” Джеррі Маккарті), що складається з таких елементів, як продукт, ціна, дистрибуція (місце збуту) і просування [30]; 2) модель політичного маркетингу Девіда Ріда, заснована на дослідженні процесу прийняття рішення про обрання політичного кандидата [31, 34–47]; 3) маркетингова карта учасника політичної кампанії запропонована Філіпом та Нейлом Котлерами [24, 3–18].

Усі ці моделі безпосередньо стосуються взаємодії суб'єктів у політичному просторі і ґрунтуються на загальних принципах класичного маркетингу (класичних маркетингових засадах).

У своїй праці “Стратегії успіху від політичних маркетингологів” американський професор Філіп Ніффенеджер запропонував концепцію політичного маркетингу для політичних кампаній, яка ґрунтується на теорії класичного маркетинг-міксу з “чотирма Р”, розробленого відомим маркетингологом Джеромом МакКарті в середині XX ст. [32, 15–21; 30]. Ф. Ніффенеджер зазначає, що політичний маркетинг включає в себе ті ж самі складові комплексу маркетингу, відомі як “чотири Р” — товар (product), ціна (price), місце

(place) і просування (promotion), які використовуються для здійснення впливу на поведінку виборців. При цьому реклама не залишається осторонь цього процесу, а є більш пов'язаною з маркетинговими дослідженнями, в яких важливу роль відіграє процес сегментації ринку виборців. Схема інтеграції усіх елементів політичного маркетингу та їх вплив на дослідження ринку зображені на рис. 1.

чущими для різноманітних груп виборців і як вони особисто сприймають ці проблеми. Мається на увазі, що для окремих груп певні проблеми мають різну важливість і значущість. Саме тому кандидат або політична партія мають пристосувати свою виборчу стратегію відповідно до різноманітних сегментів виборців, щоб запропонувати найкраще власне позиціонування для кожного з цих сегментів.

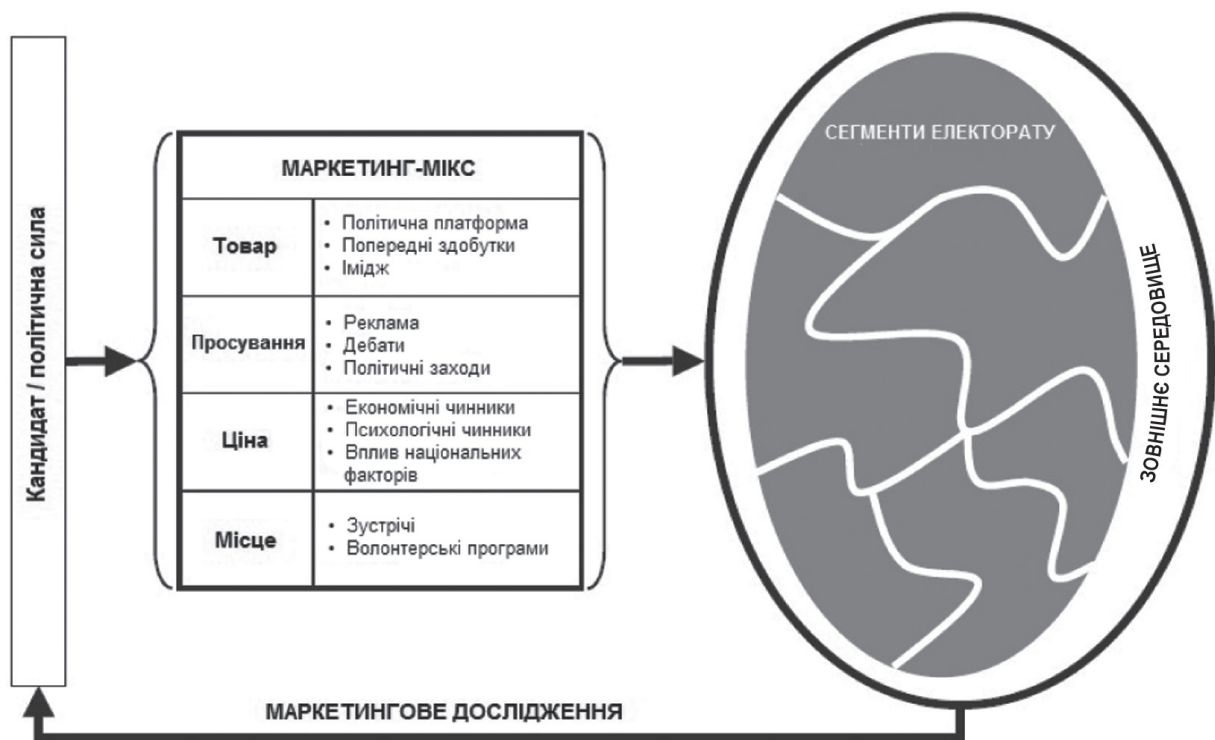


Рис. 1. Процес здійснення політичного маркетингу

Очевидно, що концепція політичного маркетингу Ф. Ніффенеджера ґрунтується на відомому підході Ф. Котлера до маркетингових досліджень неприбуткових організацій, згідно з яким політичній партії, що бере участь у виборчій кампанії, або кандидату, який балотується на пост президента, слід насамперед визначити потреби, інтереси та цінності виборців, аби довести свою відповідність цим вимогам і потребам [33]. Навіть якщо кандидат здатний без глибоких досліджень точно визначити основні соціальні, економічні або політичні проблеми країни, він не зможе самостійно і правильно з'ясувати, наскільки ці проблеми є зна-

Для цього необхідне проведення маркетингового дослідження згідно з алгоритмом (див. рис. 1), що об'єднує в собі комплекс маркетингу "4Р" з сегментами виборців. Таке поєднання досягається завдяки дослідженню ринку, результати якого дають змогу кандидатові, який бере участь у виборчій кампанії, визначитися з найбільш релевантним маркетинг-міксом. У політичному маркетингу це означає збільшення власного електорату.

У своїй моделі Ф. Ніффенеджер виокремив чотири фундаментальні маркетингові параметри і дав їм ті ж самі назви, що використовуються в класичному комерційному маркетингу: товар, просування, ціна та міс-

це. Згідно з моделлю Ф. Ніффенеджера під *продуктом* слід розуміти комплекс переваг та благ, що будуть надані виборцям у випадку обрання політичної партії чи кандидата. Більшість передвиборних обіцянок зазвичай включені до політичної передвиборчої платформи кандидатів. Усі вони поширюються за допомогою політичної реклами, розповсюджуються у прес-релізах та декламуються під час публічних виступів кандидатів. Остаточне рішення щодо того, чи заслуговують пропозиції та обіцянки кандидата довіри, значною мірою залежить від знань електорату про самого кандидата, його досягнення, імідж, що формується його командою, а також оцінки ним поточної ситуації, яка складається внаслідок дій політичних опонентів кандидата.

Ціна продукту в цій моделі визначається як сукупність коштів і витрат, які понесуть виборці у випадку обрання свого кандидата. Вона включає в себе такі економічні фактори, як підвищення податків або зменшення бюджетних витрат, і т. ін. Під іншими витратами розуміються зусилля, що докладаються для сприйняття кандидата на національному рівні: чи буде електорат сприймати новообраного кандидата як справжнього лідера, який у змозі сприяти посиленню почуття національної гідності всередині країни, поваги та створенню ним позитивного іміджу держави на міжнародному рівні.

Автор зазначає, що концепція ціни кандидатської підтримки є подібною до ціни звичайного продукту в умовах масового ринку. Обрання кандидата, так само як і придбання товару або послуги, передбачає певні витрати. Основною відмінністю витрат на політичному і комерційному ринках є те, що в першому випадку здебільшого мова йде про не завжди враховані, швидше психологічні витрати, тоді як у другому випадку рівень витрат зазвичай можна виміряти у грошовому еквіваленті.

Місце (розповсюдження) — це маркетинговий механізм стимулювання, що дає можливість політичному кандидату донести своє повідомлення до найбільшої кількості виборців. Зазвичай маркетингова страте-

гія поширення основної інформації про політичну кампанію полягає в ефективному комбінуванні донесення інформації про себе кандидатом особисто і залученням помічників, які використовуються для подальшого поширення інформації про кандидата безпосередньо на місцях. Воно включає в себе агітацію за кандидата, розповсюдження інформаційних матеріалів, пояснення основних положень політичної програми, збір коштів на користь кандидата (мова йде про передвиборчі кампанії в країнах Заходу (*прим. Авт.*) і т. ін. Місця та формати зустрічей кандидата і його команди з електоратом можуть відрізнятися залежно від масштабів політичної кампанії та можливостей передвиборчого штабу кандидата — від зустрічей у клубах, до публічних промов у місцях масових зібрань людей. У даному випадку головним завданням кандидата і його команди є донесення інформації про себе якомога більшій кількості людей у короткий проміжок часу.

Під *просуванням* мається на увазі здійснення рекламних та публічних заходів для підтримки політичної кандидатури з метою подальшого безперешкодного поширення інформації про кандидата, його програму та політичну кампанію в цілому. У своєму дослідженні Ф. Ніффенеджер виділяє 4 основні стратегії просування:

1. *Стратегія зосередження зусиль* — концентрація значної кількості грошових ресурсів та промоційних заходів для впливу на певні, окремо визначені сегменти виборців (наприклад, певні регіони або прошарки населення).
2. *Стратегія синхронізації* — активне використання і зосередження ресурсів серед аудиторії з найбільшою підтримкою кандидата, метою чого є змусити опонентів докладати додаткових зусиль для роботи з певною аудиторією і таким чином виснажувати їх ресурси.
3. *Стратегія дезорієнтації (введення в оману опонента)* — уникнення безпосередньої конфронтації з опонентом та пошук можливостей, щоб заскочити його зненацька і змусити визнати по-

милку (особливо ефективною ця стратегія є для “непрохідних” кандидатів).

4. *Стратегія конфронтації* — здійснення безпосереднього чи опосередкованого порівняння конфронтаційних позицій, політичних та персональних особливостей, намагання зосередити максимальну увагу на недоліках опонентів.

Варто зауважити, що маркетингові програми, які ґрунтуються на маркетинговому міксі “4Р”, плануються і втілюються окремо для кожного з обраних сегментів виборців. Особлива увага в цьому розподілі приділяється сегменту виборців, які ще не визначилися з кандидатурою, незалежно від їх демографічних та психографічних характеристик. Зазвичай саме для впливу на цей сегмент докладається найбільше зусиль передвиборчої команди, оскільки ще залишається доволі великий шанс переконати їх обрати необхідну кандидатуру. Водночас для впливу на виборців, які вже визначились, та лояльної аудиторії потрібно докласти набагато більше зусиль і їх ефективність залишається не надто високою.

Отже, сутність моделі політичного маркетингу Ф. Ніффенеджера полягає у створенні і постійному оновленні кандидатом детальних маркетингових інформаційних систем, збиранні та аналізі інформації на основі досліджень політичного середовища, здійсненні сегментації та донесенні необхідного повідомлення цільовій аудиторії. У цій ситуації також важливою є розробка та реалізація відповідної політичної кампанії на локальному рівні, беручи до уваги специфіку регіональних виборців і особливості певної цільової аудиторії. Таким чином, концепція політичного маркетингу Ф. Ніффенеджера подібна до маркетингової концепції, що використовується в класичному маркетингу для просування товару або послуги.

Неабиякий інтерес у науковців викликає запропонована британським дослідником Девідом Рідом інша модель політичного маркетингу, в якій він робить спробу порівняти підходи класичного і політичного маркетингу. В дослідженні “Маркетинг політичного продукту” він проводить аналогію та порів-

нює вибір кандидата виборцями з процесом здійснення покупки товару споживачами [31, 34–47]. Дослідник зазначає, що процеси прийняття рішення про обрання політичного кандидата та обрання товару або послуги багато в чому схожі. Так, процес прийняття рішення про здійснення покупки товару або послуги складається з таких етапів:

1. *Визнання проблеми.* Мова йде про визначення проблеми й усвідомлення необхідності її розв’язання. По суті, цей процес зводиться до питання виборця: “Кому мені слід віддати свій голос?” Визнання проблеми обумовлюється потребами виборця, які, у свою чергу, безпосередньо стосуються кандидата. Так, наприклад, якщо виборець занепокоєний проблемою пошуку роботи, то понад усе його увагу приверне програма зменшення рівня безробіття в країні і т. ін.
2. *Пошук.* На цьому рівні виборець взаємодіє з великою кількістю інформаційних джерел (ТВ, Інтернет, радіо, газети, журнали та ін.), які висвітлюють можливості розв’язання існуючої проблеми. При цьому кожне із зазначених джерел має різний рівень впливу на рішення виборця.
3. *Оцінка альтернатив.* На цьому етапі відбувається перевірка зібраного масиву інформації на відповідність певним критеріям. У більшості випадків цими критеріями виступають фактори, що були сформовані виборцем ще під час першого етапу прийняття рішення: визнання проблеми. У випадку, якщо ці фактори збігаються з критеріями виборця, змінити поведінку та вплинути на його вибір буде досить складно. Так, наприклад, якщо мова йде про бізнесмена, який зацікавлений у зниженні розмірів оподаткування його діяльності, фаворитом для нього буде кандидат, програма якого якомога краще відповідає вирішенню цього питання. Важливо наголосити, що саме цей етап включає в себе роботу з сегментації аудиторії виборців. Саме на цьому етапі кандидатам та політичним партіям слід визначити

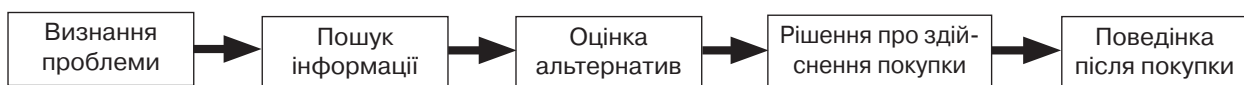
основні критерії оцінки, що характерні для певних цільових груп виборців, та розробити відповідні стратегії, які задовольняли б ці потреби. Зазначений етап пов'язаний з розробкою політичної платформи кандидата або партії, що буде пропонувати шляхи розв'язання проблем виборців та зможе зацікавити і долучити додатковий електорат.

4. *Вибір.* Вибір залишається надзвичайно важливим елементом у процесі прийняття рішення. Очевидно, що він має бути логічним продовженням процесу оцінки існуючих альтернатив. Утім, виборець може в останній момент змінити своє рішення через несподіваний вплив певного ряду непередбачених факторів. Наприклад, це може бути прочитана стаття в газеті або мережі Інтернет, новинний сюжет на телебаченні, або, навіть, розмова на політичну тему зі знайомими. Зазвичай такі чинники є впливовими для аудиторії виборців, які визначаються зі своїм вибором в останню мить (так званий сегмент “невизначених виборців”).
5. *Результати.* Цей етап відповідає поведінці покупців, які вже здійснили покупку. Політик на цьому етапі має максимально задовольняти очікування як власної аудиторії, так і виборців, які не голосували за нього. Досягненню цього завдання сприяють постійна робота з

лідерами думок та різноманітні публічні заходи.

Запропонований Д. Рідом багатоступеневий підхід до прийняття рішення щодо певної політичної кандидатури є безпосереднім перенесенням (запозиченням) з моделі прийняття рішення про здійснення покупки, розробленої Ф. Котлером та Г. Армстронгом [34, 64]. Як відображено на рис. 2, підхід Д. Ріда майже повністю подібний до загальноприйнятої концепції маркетингу і може використовуватись для впливу на політичну поведінку виборців. Утім, слід визнати, що такий підхід не охоплює усіх складових, характерних тільки для політичного середовища, включаючи певні стратегії реалізації політичних кампаній.

Ще одним прикладом спорідненості підходів класичного та політичного маркетингу є запропонований у 1999 р. Філіпом та Нейлом Котлерами шестирівневий процес створення маркетингової карти кандидата, який бере участь у виборчій кампанії [24, 3–18]. Ця карта включає в себе такі складові політичної кампанії: 1) дослідження зовнішнього середовища; 2) внутрішній та зовнішній оціночний аналіз; 3) стратегічний маркетинг; 4) постановку цілей та визначення стратегії виборчої політичної кампанії; 5) планування комунікації, дистрибуції та розробка організаційного плану; 6) визначення ключових ринків у рамках проведення кампанії (рис. 3).



Етапи між оцінкою альтернатив та прийняттям рішення про здійснення покупки

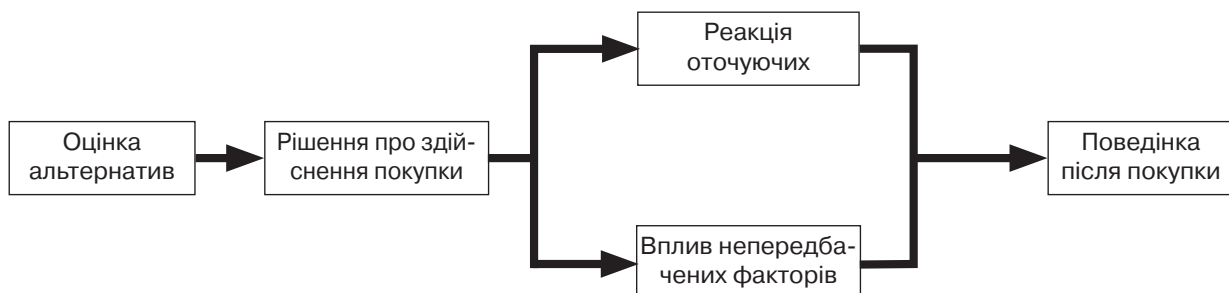


Рис. 2. Етапи прийняття рішення про здійснення покупки

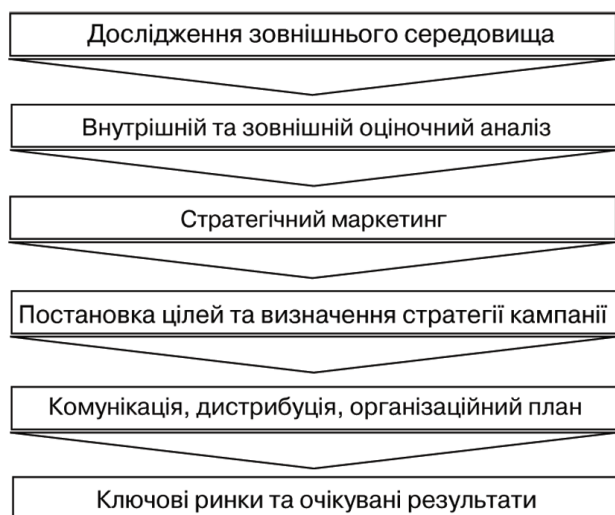


Рис. 3. Маркетингова карта кандидата

На нашу думку, є необхідність детальніше зупинитися на кожному із зазначених рівнів:

1. **Дослідження зовнішнього середовища** є початковим етапом створення маркетингової карти кандидата і включає в себе всебічний аналіз соціального середовища, в якому планується проведення політичної кампанії, включаючи дослідження всіх додаткових можливостей і загроз.
2. **Внутрішній та зовнішній оціночні аналізи** здійснюються беручи до уваги як сильні та слабкі сторони кандидата, для якого цей аналіз проводиться, так і порівнюючи дані характеристики з можливостями опонентів, які беруть участь у політичній кампанії (цей аналіз пізніше використовується для правильного позиціонування кандидата).
3. **Стратегічний маркетинг.** На цьому рівні відбувається спроба аналізу електорату з точки зору його сегментації відповідно до вподобань та прагнень. Учасники політичної кампанії визначаються з потенційною аудиторією, відзначають сильні і слабкі сторони кандидата для кожного з цих сегментів, знаходять їх спільні характеристики для подальшого формування єдиного і консолідованого повідомлення.
4. **Постановка цілей та визначення стратегії кампанії** ґрунтується на результа-

тах попередньо зазначених етапів створення маркетингової карти. Виходячи з отриманих даних, визначаються реальні цілі та формується стратегія просування кандидата з метою досягнення поставленого результату. Водночас на даному етапі розробляється програма моніторингу, що дає можливість визначати та оперативно реагувати на будь-які зміни, які виникають під час реалізації стратегії

5. **Комунікація, дистрибуція, організаційний план.** Під час зазначеного рівня відбувається безпосередня розробка маркетингових інструментів. Автори цієї теорії пропонують у політичній діяльності дотримуватись тієї ж самої стратегії, що використовується і під час розробки стандартного маркетинг-міксу для просування будь-якого споживчого продукту.

6. **Ключові ринки та очікувані результати.** Останнім етапом підготовки маркетингової карти є розробка шляхів впливу на визначені раніше сегменти цільової аудиторії. Саме на цьому рівні визначаються найефективніші канали впливу (телебачення, Інтернет, преса, інші ЗМК) та здійснюється прогноз кількості аудиторії, яку необхідно залучити для досягнення поставленого результату.

Як бачимо, незважаючи на певні відмінності, успішне просування продукту і підтримка політичної партії або кандидата мають декілька спільних рис, що підтверджується різними теоріями. Так, успішні політичні кампанії приділяють значну увагу вивченню потреб цільової аудиторії, визначенню їх сподівань та очікувань. По-друге, вони намагаються залучити виборця до передвиборчого процесу і зробити його частиною власної команди. По-третє, будь-яка політична кампанія вимагає багато зусиль для інформування виборців про самого кандидата, його особливості і переваги.

Таким чином, на основі проведеного аналізу вищезазначених моделей можна зробити висновок, що в сучасних умовах маркетинг політичних кампаній повністю інтегрований

у суспільний розвиток і є його невід'ємною частиною. Більше того, будь-які зміни в суспільстві, законодавстві чи розвитку нових технологій безпосередньо впливають на детальне коригування маркетингових стратегій та сприяють його постійному оновленню. Кожна із цих сфер зазнала останніми роками значних змін і продовжує динамічно трансформуватись відповідно до сучасних реалій розвитку суспільства. Адаптація до цих змін включає в себе також пошук нових шляхів для збільшення підтримки з боку громадян. Значної уваги потребує дослідження взаємозв'язку в таких сферах діяльності, як зв'язки з громадськістю, політичне лобіювання та ін.

Важливо також зазначити, що в процесі трансформації виборчого процесу період здійснення політичного маркетингу більше не обмежується лише терміном проведення політичної кампанії. Так само, як і в класичних маркетингових стратегіях просування товарів або послуг цей процес стає перманентним та передбачає реалізацію певних напрямів роботи на постійній основі. Тобто наразі не існує чіткого розмежування між періодом до виборчої кампанії та після її проведення.

Професор США Ден Німмо, який спеціалізується на питаннях політичної комунікації, зазначає, що межу, яка розділяла політичні кампанії, та здійснення політичної діяльності було нівельовано у 80-ті роки ХХ ст. під час політичних кампаній Маргарет Тетчер у Великобританії та Рональда Рейгана у США. Саме цей період, на його думку, став початком проведення перманентних агітаційних кампаній [35, 87]. Відтоді політичний маркетинг починає займати вагомe місце в політичному середовищі і все більше впливає на суспільну діяльність. Значно зростає роль телебачення, Інтернету та інших ЗМК в політичному маркетингу. Разом із технологічним розвитком нових інформаційно-комунікаційних технологій (поліпшенням трансляцій, збільшенням можливостей зв'язку, розробкою нових методів отримання зворотного зв'язку виборців через соціальні мережі і т. ін.) збільшується ефективність впливу політичного

маркетингу на електорат. Подібна тенденція характерна і для класичних маркетингових кампаній, які приділяють все більше уваги використанню нових ІКТ для просування власних товарів і послуг та намагаються підвищити лояльність покупців до товару не лише під час здійснення покупки, а й протягом його використання.



Література

1. Бурдьє П. Социология политики / П. Бурдьє. — М.: Socio-Logos, 1993. — 336 с.
2. Бурдьє П. О телевидении и журналистике / П. Бурдьє. — М.: Фонд науч. исслед. "Прагматика культуры", Ин-т эксперимент. социол., 2002. — 160 с.
3. Горовиц Ж. Сервис-стратегия: управление, ориентированное на потребителя / Ж. Горовиц. — М.: Дело и Сервис, 2007. — 288 с.
4. Друкер П. Эффективное управление: Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер. — М.: ФАИР-Пресс, 1998. — 288 с.
5. Котлер Ф. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций / Ф. Котлер, А. Р. Андреасен // Теория маркетинга. — СПб.: Питер, 2002. — 400 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер. — М.: Изд-во АСТ, 2009. — 230 с.
7. Леви Ж. Теория и практика маркетинга / Ж. Ландреви, Д. Линдон, Ж. Леви. — М.: МЦФЭР, 2006. — 664 с.
8. Линдблом Ч. Э. Политика и рынки. Политико-экономические системы мира / Ч. Э. Линдблом. — М.: ИКСИ, 2005. — 448 с.
9. Линдон Д. Библия современного маркетинга / Д. Линдон, Ж. Леви. — М.: Междунар. центр финанс.-экон. развития МЦФЭР, 2007. — 1176 с.
10. Mauser Gary A. Political Marketing: An approach to campaign strategy. New York: Praeger, 1983. — P. 290.
11. Newman Bruce. The Mass Marketing of Politics: Democracy in an age of manufactured images. London: Sage, 1996. — P. 166.
12. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. — М.: ЭКСМО, 2007. — 864 с.
13. Lees-Marshment J. The Marriage of Politics and Marketing // Political Studies 49(4). — 2001. — P. 692—713.
14. Scammell M. Political marketing: lessons for political science // Political studies, 47 (4). — 1999. — P. 718—739.

15. Henneberg S. C. The Views of an Advocatus Dei: political marketing and its critics // Journal of Public Affairs, Vol. 4, 3, 2004.
16. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.-метод. посіб. / В. М. Бебик. — К.: МАУП, 2001. — 214 с.
17. Королько В. Г. Основы публичных отношений / В. Г. Королько. — К.: "Ваклер", 2000. — 528 с.
18. Морозова Е. Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. — М.: РОССПЭН, 1999. — 247 с.
19. Недяк И. Л. Политический маркетинг / И. Л. Недяк. — М.: Весь Мир, 2008. — 352 с.
20. Полторак В. А. Политический маркетинг / В. А. Полторак. — Днепропетровск: ДАУБП, 2001. — 96 с.
21. Соловьев А. И. Политические коммуникации / А. И. Соловьев. — М.: АП, 2004. — 332 с.
22. Шубін С. П. Політичний маркетинговий аналіз: метод, теорія, практика / С. П. Шубін. — К.: Генеза, 2007. — 112 с.
23. Телетов О. С. Загальна концепція та інструменти політичного маркетингу / О. С. Телетов, Ю. В. Титаренко, О. Ю. Шевченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2013. — № 2. — С. 49—62.
24. Philip Kotler, Neil Kotler. Political marketing: Generating effective candidates, campaigns, and causes / In B. I. Newman (Ed.). Handbook of political marketing. — California: Thousand Oaks, 1999. — P. 3—18.
25. Newman B., Perloff R. Political Marketing: Theory, Research, and Applications // Handbook of Political Communication Research. — Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. — P. 18.
26. Веб-сторінка Американської Асоціації Маркетингу. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.marketingpower.com/Pages/default.aspx>
27. Jennifer Lees-Marshment. The Political Marketing Game // Palgrave Macmillan; UK 2011. — P. 272.
28. Andrew Lock, Phil Harris. Political marketing / European Journal of Marketing, 1996, Vol. 30 Iss: 10/11. — P. 14—24.
29. Nord L., Stromback J. Valfeber Och Nybetsfrossa / Politisk Kommunikation I Valrorelsen. — Stockholm: Sellin and Partner, 2002. — P. 15.
30. Marketing Mix 4P's and 5P's by Jerome McCarthy. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sayeconomy.com/marketing-mix-4ps-and-5ps-by-jerome-mccarthy>
31. David M. Reid. Marketing the Political Product / European Journal of Marketing, 1988, Vol. 22, Iss: 9. — P. 34—47.
32. Phillip B. Niffenegger. Strategies for Success from the Political Marketers / Journal of Services Marketing, 1988, Vol. 2, Iss: 3. — P. 15—21.
33. Андреасен А. Р. Стратегічний маркетинг для неприбуткових організацій / А. Р. Андреасен, Ф. Котлер. — К.: YAM, 2012. — 708 с.
34. Kotler P., Armstrong G. Principles of marketing [Fifteenth Edition] / Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2013. — P. 64.
35. Dan Nimmo. The Political Persuaders: The Techniques of Modern Election Campaigns [Classics in Communication and Mass Culture Series] / Transaction Publishers, 2001. — P. 246.

Проведено аналіз сучасних моделей взаємодій суб'єктів у політичному просторі, які ґрунтуються на загальних принципах класичного маркетингу. З'ясовано тенденції передових маркетингових технологій, які успішно застосовуються в економічних і політичних системах. Обґрунтовано використання маркетингової складової в політичних системах, доведено, що в сучасних умовах маркетинг політичних кампаній повністю інтегрований у суспільний розвиток і є його невід'ємною частиною.

Проведен анализ современных моделей взаимодействия субъектов в политической среде, основанных на общих принципах классического маркетинга. Определены тенденции передовых маркетинговых технологий, которые успешно применяются в экономических и политических системах. Обосновано использование маркетинговой составляющей в политических системах, доказано, что в современных условиях маркетинг политических кампаний полностью интегрирован в общественное развитие и есть его неотъемлемой составляющей.

Conducted analysis of current interaction models in the political environment, based on the common principles of classical marketing. Determined basic trends in marketing technologies, successfully applied both in economic and political systems. Validated the implementation of marketing components in political systems, proved that in the modern context marketing of political campaigns is fully integrated with social development and remains its integral component.

Надійшла 7 липня 2014 р.

STRATAGEMS AS UNIVERSAL FORMULA OF THE CHINA LAW

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 31—38

This article explains Kantian's "secrets of law" of legal policy of China. It is given concept of ancient roots of stratagems formula of the context of modernization carried out in China. In this regard, revealing analysis of legal policy in intellectual property rights, financing mining of China gives the key to current state modernization strategy a number of Eastern countries (Japan, South Korea, Singapore, India, etc.) and clearly demonstrate a new way of social development, a new way of modernization based on a synthesis of the principles of Western technocratic culture with the spiritual traditions of their own culture with the preservation of national identity and civilization identity.

When we looked for conception necessary to find out any instrument of analyze and formula, in philosophy of law we have Kant's formula of pure law. Kant worked out possibility to question matter of law from point of view its "secrets" and possibility to settle the conflicts of interests. Kant arguing not only those rights is an epiphenomenon of duty, rather than vice versa, but also that "practical reason" has priority over "theoretical reason". Both of these tendencies appeal to Chinese philosophers, because, quite simply, they are inherently "Chinese" tendencies.

Though China has been a subject of considerable interest and fascination in the West for many centuries—perhaps since Marco Polo's day—it has had little place in the university. But intellectuals had exchanged by their reflexive concepts of China in different way. Diversity appeared to be soon. Thus, although back in 1757 Danish lawyer M. Hübner in the comparative study of antiquity, China and Europe proved the existence of natural law in China [14; 15], many modern Western scientists still believe that China has no real legal tradition. This is highly strange idea that China has achieved such success in modernizing the economy and in many areas exceeds even America on a strong belief in most European lawyers still "has no real

legal tradition" and is still in search of the right, which would have a high technical value and is relatively stable [6, 240], and it was to be no reason to talk about legal policy based on "real" law. Thinking and system of Chinese legal institutions seem so distant European scientists, and often incompatible with the views that profess these researchers that can be questioned, as they believe in the existence of rights in China. And when for lack of better they still use it, you always try to emphasize the inadequacy and inefficiency of this concept as having a western roots, quite alien in relation to reality. Chinese people "well do without the law," — wrote R. David [1, 400; 2, 397].

Chinese point of view from Confucian ethics in this case served as common idea for generalisation. It was used by Nietzsche. Beforehand it was called by Kant as the "Chinaman of Königsberg". Nietzsche summed up the characteristics or tendencies those ideas that have tended to characterize most Chinese philosophers and interest of West in China in time when Bilfinger was known for a work on Confucianism (1724), a quasi-Taoist commentary on Wolff's German Metaphysics (1725), and a tract on force (1728). Wolff's continued tradition of Leibniz in his speech on the Chinese (1721) — a watershed event in the Enlightenment. All that had moti-

vated Kant. It appear to be in Tübingen. There was inspired the “study these provocative pagans (in 1726 Wolff would cite Bilfinger when preparing his speech for print). In Taoist ontology, the dynamic principle (Tao) weaves the world by “stretching out” the void (dao zhong) and that produces things and life by individuating the resulting field into lingering wholes. Nature and the good are opposites but harmonize in their parallel thrust toward sustainable complexity”. It is true tat Kant’s point of viwe was based on “a Eurasian rather than a purely Western context. Recent research suggests that key ideas of Kant’s natural philosophy also have sources in Taoist and Confucian thought, which were disseminated in continental Europe by Jesuits based in China, popularized by Leibniz and Wolff, and further developed by Wolff’s Sinophile student Bilfinger” [20]. Later only one person was able to understand that “Bilfinger found in the Chinese classics, and which Kant encountered”.

It was time when interest to China was immense. Ad appeared to be the struggle of different point of view. France interested in roots tj China and pushing Russia in that direction. It was idea that “Chinese Kant-scholarship has long recognized a basic similarity between Kant and the major school of Chinese philosophy, neo-Confucianism. Confucius, along with most of his interpreters down through the centuries, largely ignored the metaphysical and epistemological questions that have generally taken center stage in the West. Instead, Chinese philosophers tend to emphasize the importance of acting on principle (or, according to the rites, called li in Chinese), with the result that most Chinese people value a person’s collective duty as a member of society far above one’s individual rights as a human being. Western philosophers, in stark contrast, have typically emphasized rights over duties, with both playing second fiddle to questions of reality and knowledge. Whereas Chinese philosophy tends to define personhood in terms of the duties placed on an individual by his or her position in the social hierarchy, Western philosophy tends to define personhood in more abstract terms of the rights accorded to any human being simply by

virtue of being human. Kant actually talks a great deal about both duties and rights; but he clearly gives priority in his System to duty. He put himself in the minority among Western philosophers by arguing not only that rights are an epiphenomenon of duty, rather than vice versa, but also that “practical reason” has priority over “theoretical reason”. Both of these tendencies appeal to Chinese philosophers, because, quite simply, they are inherently “Chinese” tendencies. Comparisons of Confucian ethics and Kantian ethics have, consequently, served as the springboard for much cross-cultural dialogue, especially from the Chinese side” [14].

Kant’s first formulation of the Categorical Imperative, the Formula of Universal Law, runs: “Act only according to that maxim by which you can at the same time will that it should become a universal law” [17, 421–439]. A few lines later, Kant says that this is equivalent to acting as though your maxim were by your will to become a law of nature, and he uses this latter formulation in his examples of how the imperative is to be applied. Elsewhere, Kant specifies that the test is whether you could will the universalization for a system of nature “of which you yourself were a part” [17, 69–72]. E. Kant calls us to understand the Asians’ mind-set and law style throw the influential cultural roots of Asia, primarily Confucianism, Taoism.

The modern Traditional Chinese Law roots’ paradigm is built by Orientalists and Lawyers. Orientalists discovered the huge legal science legal culture. Especially notable contribution to study of traditional and medieval Chinese law made E. Kychanov [4] and L. S. Perelomov [7]. The first of these authors is known as the researcher Tangu State as well as an authoritative expert in medieval Chinese law. At the same time they prepared and published one of the most important monuments of the medieval law of China [5]. L. S. Perelomov is the leader specialists in Confucianism, including its legal ideas. It should be noted that the Orientalists contribute and study of the current law in China. Among them is called publication A. Javronkin [3] dedicated to criminal law of China. It is known legal scholar of Supotaev [8]. In his numerous writings he not only subjected analysis

of the various branches of the law contemporary China, but also led translation and publishing examples of contemporary Chinese legislation. In this direction work scientist Apollon Garic, Benoliel Michael, Faure O. G., Seligman S. D., Chang T. K., James K. Sebenius, Cheng (Jason) Qian, Qu Tongzu, Philip C. C. Huang.

Qu Tongzu's [23] *Law and Society in Traditional China* remains classic for anyone working in this field today. The broad theme of this book is the question of what was wrong with "traditional" Chinese institutions, such that they "failed" to foster capitalism and modernization along Western lines. In this discourse, which measures China against an ideal type of "the modern West," China's failure is simply taken for granted: the purpose of historical inquiry is to illuminate the inadequacies that predestined its failure. This approach derives from Max Weber, who tested his theory about the rise of capitalism through a comparative analysis of two other civilizations where capitalism had not developed, namely, China and India. Unlike Europe, Weber argued, Chinese society was dominated by kinship (in India the problem was caste), which discouraged the development of individual rights, free contract, and the concept of the corporate person; domination by kinship inhibited the development of law, which Weber defined as formal rules enforced by autonomous authorities. The Chinese "patrimonial state" suppressed the development of autonomous corporations that might have threatened it politically, thereby further inhibiting the development of modern law. Moreover, China's Confucian elites lacked the autonomy of European elites, and China entirely lacked the autonomous "free" cities in which the bourgeoisie had gestated. The thesis of *Law and Society* is that "traditional" law was a highly stable synthesis of legalist structure and Confucian values: in effect, a legalist system was geared toward enforcing a Confucian vision of moral social order. After the "Confucianization of the law" during the early empire, "no significant change occurred until the early twentieth century when the Chinese government began to revise and modernize its law" [23, 285]. For more than a thousand years, "there were no fundamental changes

until the promulgation of the modern law. We find stability and continuity in law and society, both dominated by the Confucian values" [23, 289]. The key priority of this "Confucianized" law was to uphold "particularistic" hierarchies within the family (defined by generation, age, sex, and degree of kinship), as well as between legally defined "social classes" in society: officials, commoners, and people of mean or debased status. Primary importance was given to particularism. As a result, the law was primarily concerned with status-relationship and the corresponding obligations, paying little attention to such matters as individual rights, which were incompatible with particularism. Specifically, it was particularism which prevented the development of a universal law and abstract legal principles. The emphasis on particularism shaped the characteristics of Chinese law; it also set a limit on the development in Chinese law [23, 284]. It was this invidious "particularism" that prevented progress along Weberian lines. Qu closes with a brief but revealing discussion of how the "modernization" of Chinese law at the end of the Qing failed. Reactionary officials like Zhang Zhidong stubbornly resisted modernization, despite the urgent need for reform; they succeeded in preventing the full elimination of particularism from the legal order, so that "the force of tradition remained very strong for decades after the revision" [23, 287]. Modernization was superficial and ineffective.

The study produced by Derk Bodde and Clarence Morris about *Law in Imperial China* [12]. The book appends to the title the phrase, — Exemplified by 190 Ch'ing Dynasty Cases (translated from the Hsing-an hui-lan) with historical social and juridical commentaries. It could equally well be described as a treatise on Ch'ing law accompanied by a heavily annotated selection of translated cases.

Aforementioned authors treated law mainly as an instrument of domination. It assumed that the legal system was essentially penal, that minor matters involving no serious crime were referred to lineage and community elders for mediation rather than being judged in court, that every court case ended with corporal punishment, and that ordinary people thus feared any

involvement with the law. As Clarence Morris writes in *Law in Imperial China* [12]. “Any entanglement with the Chinese imperial penal system was a personal disaster... It tended to terrify the public into good behavior, rather than to redress disharmony” [12, 542]. As this passage suggests, Bodde and Morris share Qu Tongzu’s bias against “tradition”. Bodde makes the following comment about the case summaries: “It is hoped that a reading of the cases, despite the gap of more than a century between them and the present day, will help make clear why the Chinese monarchy had to give way to a republic in 1911, and why the republic in turn had to be torn by further revolution” [12, 160]. He follows with a discussion of the crushing oppression of the individual by the hierarchical family system in “Confucian China”, which he contrasts with the modern West. “Confucianism has long been officially dead in China, but the social and political patterns here summarized have never ceased to influence the painful process of change during the past half century” [12, 199]. Here Bodde reveals his sympathy for the May Fourth critique of Chinese tradition (especially the Confucian family system) and for the Chinese revolution as a whole, which had consumed “the past half century” to which he alludes.

When scholars first began looking at local court archives, it became obvious that some basic assumptions of the first generation were wrong. For example, Qing magistrates in fact adjudicated large numbers of “minor matters related to household, marriage, and land” as a matter of routine; moreover they did so in a consistent manner that often involved no punishment of any party. Local archives also made it obvious that ordinary people were not afraid to go to court and even humble people could afford to do so. In short, Qing law was not simply a device for terrorizing the population into submission, nor yet simply a system for punishing violent crime. On the contrary, the dynasty’s local courts served an important social function by adjudicating mundane disputes that arose in the daily lives of the people. Buxbaum was the first American scholar to make these observations, on the basis of the Danshui/Xinzhu cases, which showed him Qing law “in action at the tri-

al level” [11, 255]. Buxbaum’s aim was to refute claims of Chinese inferiority by showing similarity to the West. He was the first to introduce local case records to American scholarship. The findings of his seminal 1971 article set much of the agenda for Philip Huang’s subsequent work on “civil justice”. Buxbaum is operating within the Weberian paradigm, although he seeks to refute its bias against Chinese tradition. After rehearsing Weber’s criteria for modern “rational” law, Buxbaum concludes that “many, if indeed not most, of the attributes of modern law can be found in Chinese law of the period under discussion,” and he attests to its “rationality” [11, 273–274]. Buxbaum’s argument that Qing law was modern and rational depends heavily on his claim that it included a significant measure of civil law. As Buxbaum is aware, Qing law had no exact equivalent in either discourse or procedure to the criminal/civil distinction that comes from the Western legal tradition. He surmounts this difficulty by equating the Qing category “minor matters of household, marriage and real property” with “what we would normally term civil law matters” [11, 261–262]. This equation rests on subject matter: “minor matters” involved everyday disputes over family, property, and the like. Buxbaum also argues that the Qing code’s section of “Household Statutes” should be considered “civil law” because it addresses the same sort of subject matter (even though the individual measures in this section are nearly all penal in nature). But Buxbaum makes a further suggestion that seems to imply a lack of confidence in his own classificatory scheme: one of the ways in which criminal cases may be differentiated from civil cases at this point in the proceedings is by the nature of the decision. If criminal punishment were forthcoming, then we could, at least from hindsight, regard the case as criminal in nature. If, on the other hand, the court decreed. One of the ways in which criminal cases may be differentiated from civil cases at this point in the proceedings is by the nature of the decision. If criminal punishment were forthcoming, then we could, at least from hindsight, regard the case as criminal in nature. If, on the other hand, the court decreed specific performance of a contract, damages, reforma-

tion of a deed, we might assume such cases were civil [11, 264].

The full potential of legal archives for historical research was demonstrated in Philip Huang's *Civil Justice in China: Representation and Practice in the Qing*, which exploited 628 cases from the archives of three county courts to build on Buxbaum's empirical and conceptual findings [13]. Huang's text is very rich, and I will address just a few of its contributions and the questions they raise. Like Buxbaum, Huang equates "minor matters" with "civil cases"; he uses these cases in conjunction with surveys of North China villages conducted by Japanese investigators in the 1930s to analyze what he calls the Qing "civil justice system". Huang divides this system into three "realms", which operated according to different principles and procedures. In the "informal" realm of village mediation, disputes were settled by local worthies through compromise. Most disputes never went beyond this level, but if mediation failed, one or another party would likely file a lawsuit at the county yamen. In the "formal" realm, magistrates adjudicated these lawsuits according to the Qing code in formal court hearings, usually finding in favor of one of the parties at the expense of the other. In the "third realm", which lay in between, disputants would file lawsuits while continuing to negotiate but usually would settle out of court on the basis of clues about the likely outcome of a formal court hearing, which they found in the rescripts that magistrates wrote on their complaints. These and many other empirical contributions have transformed our understanding of how Qing local courts worked. But the book's central thesis is that the Qing civil justice system should be understood as a paradoxical conjoining of representation and practice. Huang argues that past scholarship made the mistake of looking at only one dimension or the other (usually mistaking representation for reality), whereas the system cannot be fully understood without taking both into account. Similarly, Qing codified law appears to be almost completely penal in character, and yet, according to Huang, it contains implicit "civil law" principles that magistrates consistently used as the basis for adjudicating routine "civil

cases" [13, 78–79, 86–87, 104–108]. Again, Qing judicial discourse contained no doctrine of "rights" comparable to that of the Western constitutional tradition, nor even any word for that concept; nevertheless, in Huang's view, Qing courts actually protected ordinary litigants' rights on a regular basis (e. g., by safeguarding property against theft). Hence, Qing law can be said to have had "rights in practice" even though it lacked "rights in theory" [13, 15, 108, 235–236]. Huang closes by borrowing Weberian language to argue that this paradoxical system is best summed up as "substantive rationality", by which he means "a combination of patrimonial-substantive representations with bureaucratic-rational practices" [13, 236]. Huang's Weberian formulation recalls Qu Tongzu's classic argument that the Confucianization of the law resulted in a paradoxical but stable system that deployed legalist means to enforce a Confucian vision of moral order. Huang's elucidation of these paradoxes is powerful, but it also provokes questions, and in some quarters, considerable skepticism. Take, for example, the question of rights. I believe we should respect the fact that Qing judicial discourse did not have a word for the Western legal concept of "rights," and that fact should make us skeptical about whether any substantially similar concept existed either. Does it make sense to import the Western legal concept of rights into this context? By "rights in practice", Huang means that people could seek protection against theft, assault, fraud, and so on. But by definition, any legal order must provide protection against such things, just as it must provide some coherent forum in which people can settle disputes; the alternative would be vendetta and anarchy. For security reasons, the Qing state had a vital interest in preventing local disputes from getting out of hand, just as it had an interest in clarifying property claims so as to establish tax liability; also it derived a certain legitimacy from the magistrate's pose as a defender of the weak against powerful wrongdoers. But that is not the same as endowing people with rights. Moreover, what Huang calls "rights in theory" (i. e., civil rights explicitly recognized by the state) is a definitive part of rights doctrine as it has evolved in Western legal systems:

the existence of rights without rights in theory appears to be less a paradox than an oxymoron. It seems that this particular paradox derives from Huang's insistence on using an anachronistic vocabulary rather than from any quality inherent to Qing law.

Bradly Reed [19] used Ba County's administrative records to provide an unprecedented insider view of how a county yamen actually functioned during the Qing. Reed finds that the clerks and runners of Ba County developed a form of "customary law" for regulating their own affairs; magistrates adjudicated intra-yamen disputes by enforcing this customary law, which the clerks and runners themselves recorded in writing. These rules included the division of fees from legal cases, which, it turns out, provided the fiscal basis for much of the yamen's operations. Moreover, the numbers of clerks and runners actually needed to do the yamen's work far exceeded statutory limits, so magistrates simply followed local precedent in hiring the necessary numbers while concealing this act from their superiors. The lingering image is of the outsider magistrate's temporary presence on the local scene, the tenacity and autonomy of local personnel with their own enforceable customary norms, and the sheer irrelevance of directives from the imperial center. That is why Similarly, Christopher Isett has used legal cases to analyze the illegal sale of banner and noble land to Han Chinese immigrants in Qing Manchuria. These transactions required the systematic falsification of contracts and double bookkeeping on a massive scale (similar subterfuges facilitated the illegal alienation of native land to Han immigrants in Yunnan, Taiwan, and other frontier zones). When such transactions ended up in court, they were canceled and punished, but prosecution was rare because at the grassroots level no one had an interest in upsetting locally convenient arrangements. Over time immigrants managed to transplant the customary land tenure system of the North China plain, even though this posed a direct threat to the vital interests of the dynasty's conquest elite. The legal system was impotent in the face of this threat, and by the mid-nineteenth centu-

ry the vast majority of Manchuria's inhabitants were Han peasants.

Scientist Matthew H Sommer [22] concluded the works of the above mentioned authors in such way: "After three decades of phenomenal economic growth in China, the question of "failure" no longer seems like a useful problematic; on the contrary, China today is an enviable success, at least in terms of the classic goals of "wealth and power". Nevertheless, the big comparative questions continue to fire people's imaginations, as shown by the "great divergence" debate provoked by Kenneth Pomeranz's. The tired orientalist generalizations of an earlier generation notwithstanding, there is much fruitful work to be done on Qing law that should help us understand late imperial China's developmental trajectory in a broader perspective. The big picture for the peasant economy is already pretty clear. But the fundamental question of how political and legal institutions helped shape economic behavior has yet to be fully explored using the rich evidence that the archives offer. How did the legal system influence business decisions? Did it raise or lower "transaction costs"? Did courts play a major role in enforcing contracts and protecting long-distance exchange — or did business firms prefer extrajudicial venues for securing deals and solving disputes? If the latter, then can we speak of a parallel system of "customary" business law that flourished outside the formal legal system of the state? How did the legal environment for business change under the Unequal Treaties, as Chinese firms found themselves competing with foreign ones?" [22].

Kenneth Pomeranz [18] thinks that "the Great Divergence brings new insight to one of the classic questions of history: Why did sustained industrial growth begin in Northwest Europe, despite surprising similarities between advanced areas of Europe and East Asia? As Ken Pomeranz shows, as recently as 1750, parallels between these two parts of the world were very high in life expectancy, consumption, product and factor markets, and the strategies of households. Perhaps most surprisingly, Pomeranz demonstrates that the Chinese and Japanese cores were no worse off ecologically than Western Europe. Core areas throughout the eight-

eenth-century Old World faced comparable local shortages of land-intensive products, shortages that were only partly resolved by trade. Pomeranz argues that Europe's nineteenth-century divergence from the Old World owes much to the fortunate location of coal, which substituted for timber. This made Europe's failure to use its land intensively much less of a problem, while allowing growth in energy-intensive industries. Another crucial difference that he notes has to do with trade. Fortuitous global conjunctures made the Americas a greater source of needed primary products for Europe than any Asian periphery. This allowed Northwest Europe to grow dramatically in population, specialize further in manufactures, and remove labour from the land, using increased imports rather than maximizing yields. Together, coal and the New World allowed Europe to grow along resource-intensive, labour-saving paths. Meanwhile, Asia hit a cul-de-sac. Although the East Asian hinterlands boomed after 1750, both in population and in manufacturing, this growth prevented these peripheral regions from exporting vital resources to the cloth-producing Yangzi Delta. As a result, growth in the core of East Asia's economy essentially stopped, and what growth did exist was forced along labor-intensive, resource-saving paths—paths Europe could have been forced down, too, had it not been for favorable resource stocks from underground and overseas" [18].

We used this immense citation only from point of view understanding of deep roots of his understanding of situation.

Apollon Garic [9] thinks that the Chinese Confucian philosophy of law is marked by a strong Particularistic legal system, whereas the American democratic and liberal philosophy has strong Universalistic historical legal foundations. The practical effects of this diametrical opposition are well known by international business practitioners: American is contract-oriented and Chinese are more relationship-oriented when establishing business relationships. Special attention G. Apollon gives to The Thirty-Six Stratagems. The stratagems originated from the civil wars in China either during the Warring States Period (403–221 B. C.) or the

Three Kingdom Period (220–265). The most influential ancient Chinese authority in stratagems and philosophy of war was Sun Tzu and his Art of War philosophy has been applied to many fields in the West and East such as: politics, diplomacy, business, law, negotiation, dispute resolution and litigation.

Michael Benoliel [10]. He argues that "argues that the examination of the historical influence of millennia ancient Chinese philosophy of law, Confucianism, Taoism, Sun Tzu's Art of War and the Thirty-Six Stratagems provides significant explanations for the legal irritants of Western contract law in China, and also explains the challenges for the Sino-American bargaining and contract formation process for practitioners" [10, 235]

If we evaluate the overall concept of the Chinese legal policy in the context of a "socialist" country's modernization, we can again repeat the expression of Perelomov about availability of the centuries-old controversy between concepts of Legalists and Confucians. This contradiction offers a choice between policy "People for the state" or "State of the masses". Annalist John Gruetzner [7] thinks that in this content modernization now in China looks like stratagem. It is really what is in China's own medium-term interest. In reality China is going to be world leader.



Literature

1. Давид Р. Основные правовые системы современности / Р. Давид. — М.: Междунар. отношения, 1998. — 440 с.
2. Давид Р. Основные правовые системы современности / Р. Давид, К. Жоффре-Спинози. — Пер. с франц. В. А. Туманова. — М.: Междунар. отношения, 1999. — 400 с.
3. Жаворонкина А. В. Уголовное право средневекового Китая VII—XII вв. / А. В. Жаворонкина // Политика и право. Ученые записки. — Благовещенск: АмГУ, 2012, Вып. 12. — С. 158–163.
4. Кычанов Е. И. Основы средневекового китайского права (VII—XIII вв.) / Е. И. Кычанов. — М.: АН СССР. Ин-т востоковедения. — М.: ГРВЛ, 1986. — 264 с.
5. Книга правителя области Шан. — М.: Науч.-издат. центр "Ладомир", 1993. — 392 с.

6. Леже Раймон Л. Великие правовые системы современности: сравнительно-правовой подход / Р. Леже. — М.: Волтерс Клувер, 2009. — 584 с.
7. Переломов Л. С. Конфуцианство и легизм в политической истории Китая / Л. С. Переломов. — М.: Изд-во "Наука", 1981. — 340 с.
8. Супатаев М. А. Право и модернизационные стратегии в Китае. Цивилизационное измерение [Текст] / М. А. Супатаев // Северо-Кавказский юрид. вестник. — 2011. — № 1. — С. 7—15.
9. Apollon Garic. Comparative Philosophy between American and China Contract Negotiation and Dispute Resolution // Garric Apollon // Resolved. Journal of Alternative Dispute Resolution. — 2014. — V. IV. — Issue 1. — P. 44—67.
10. Benoliel Michael. Negotiating Successfully in Asia / Michael Benoliel // Eurasian Journal of Social Sciences. — 2013. — № 1(1). — P. 1—18.
11. Buxbaum David C. Chinese Family Law and Social Change / C. David Buxbaum. — University of Washington Press, 1978. — 582 p. — (Asian Law Series).
12. Derk Bodde. Law in Imperial China / Derk Bodde, Clarence Morris. — Cambridge: Harvard University Press, 1967. — 615 p.
13. Huang Philip C. Civil Justice in China: Representation and Practice in the Qing / Philip C. C. Huang. — Stanford University Press, 1998. — 271 p.
14. Hübner M. Essai Sur L'histoire Du Droit Naturel / Martin Hübner. — Premiere Partie. — Londres, 1757—58. — 478 p.
15. Hübner M. Essai Sur L'histoire Du Droit Naturel / Martin Hübnerssai sur l'histoire du droit naturel. — Seconde Partie. — Londres, 1757—58. — 456 p.
16. Isett Christopher M. Peasant, and Merchant in Qing Manchuria, 1644—1862 / Christopher M. Isett. — Stanford University Press, 2006. — 464 p.
17. Kant E. Critique de la raison pure. — Paris: Flammarion; Édition: 3e édition revue et corrigée, 2006. — 794 p.
18. Pomeranz Kenneth. The Great Divergence: China, Europe and the Making of the Modern World Economy / Kenneth Pomeranz. — Princeton University Press, 2000. — 392 p.
19. Reed Bradley W. Talons and Teeth (Law, Society, and Culture in China) / Bradley W. Reed. — Stanford University Press, 2000. — 352 p.
20. Schönfeld Martin. Kant and Confucianism, Special Issue // Journal of Chinese Philosophy. — 2006. — № 33. — P. 1—157.
21. Seligman S. D. 1989. Dealing with the Chinese: A practical guide to business etiquette in the — people's republic today. — London: Mercury.
22. Sommer Matthew H. The Field of Qing Legal History / Matthew H. Sommer / A Scholarly Review of Chinese Studies in North America. — Washington: Association for Asian Studies, Inc. Asia Past & Present: New Research from AAS., 2013. — Number 11. — P. 113—126.
23. Qu Tongzu. Law and society in traditional China. — Paris: Mouton, 1961. — 304 p.

The paradigm's examination demonstrates the historical influence ancient Chinese philosophy of law, Confucianism, Taoism, Sun Tzu's Art of War and the Stratagems on modern China's modernization process. That the Chinese legal policy has traditional controversy between concepts of Legalists and Confucians. This contradiction offers a choice between policy "People for the state" or "State of the masses". It looks like stratagem of world leader. It explains the challenges for the Sino-American bargaining and contract formation process.

Експертиза парадигми демонструє історичний вплив стародавньої китайської філософії права, конфуціанства, даосизму, мистецтва війни Сунь Цзи та стратагемності на процес модернізації сучасного Китаю. Китайська правова політика традиційно відбувається в контексті суперечки між концепціями легістів і конфуціанців. Це протиріччя пропонує вибір між політикою "люди для держави" або "держава мас". Таке протиріччя виступає у формі стратагеми світового лідерства і пояснює специфіку процесу китайсько-американських переговорів та формування контрактів у цілому.

Экспертиза парадигмы демонстрирует историческое влияние древней китайской философии права, конфуцианства, даосизма, военного искусства Сунь Цзы и стратагемности на процесс модернизации современного Китая. Китайская правовая политика традиционно проходит в контексте противоречий концепций легистов и конфуцианцев. Это противоречие предлагает выбор между политикой "люди для государства" или "государство масс". Такое противоречие выступает в форме стратагемы мирового лидерства и поясняет специфику процесса китайско-американских переговоров и формирования контрактов в целом.

Надійшла 26 травня 2014 р.

**РОЛЬ ЕЛЕКТРОННОГО PR У ФОРМУВАННІ
МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ**

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 39–42

Трансформації політичного середовища та політичної культури українського суспільства визначають напрями наукового дослідження, пов'язані з розвитком і функціонуванням нових елементів політичної культури та політичної іміджології, теоріями впливу комунікативних технологій, у тому числі й за допомогою Інтернету, на політичні рішення та світову громадську думку.

Сучасні міжнародні відносини, політична та економічна сфери спираються на новітні технології встановлення й підтримки інформаційних зв'язків. Міжнародна інформаційна політика вимагає все більшої кількості каналів впливу на цільові аудиторії. Як зауважує дослідник PR-технологій формування міжнародного іміджу держави О. В. Шевченко: “Глобалізація міжнародного розвитку значно актуалізувала частину сучасних комунікацій, особливо міжнародні електронні паблік рилейшнз, під якими розуміють комунікації зі світовою громадськістю, що відбуваються в мультикультурному середовищі та спрямовані на гармонізацію стосунків між різними суб'єктами міжнародних відносин” [7].

Поняття державного іміджу є достатньо дослідженим та має транснауковий характер. Проблемою національного іміджу займалися фахівці різних галузей, таких як соціологія, політологія, філософія тощо, а саме: Д. Белл, Е. Бернайза, С. Блек, Г. Брум, Ф. Буарі, М. Гроха, Н. Еліаса, С. Катлипа, М. Кастеллс, Г. Кіссінджер, О. Забужко, І. Кисельов, В. Крисаченко, К. Плешаков, Ю. Романенко, З. Бжезинський, І. Валлерстайн, К. Вальц, Е. Гідденс, Р. Інгларт, Д. Лайон, Г. Ласвелла, Х. Моргентхау, О. Панаріна. Серед вітчизняних дослідників, такі як: А. Старостіна, А. Личова, В. Петровський, В. Бебик, Є. Макаренко, О. Зернецька, Л. Нагорна, В. Крисаченко,

М. Степико, С. Мітряєв, Є. Тихомирова. Значний вклад у розвиток досліджень зроблено також працями Д. Кіслова [1], О. Маліс [3] В. Терещук [6].

Проте дослідження проблематики електронного PR в міжнародних відносинах, використання його в інформаційних війнах для підтримки власного іміджу країни чи дискредитації іміджу іншої країни в науковому колі має значні прогалини. У науково-практичному плані визначимо функціональні завдання та методи формування політичного іміджу держави за допомогою електронного паблік рилейшнз. На сучасному етапі міжнародний імідж держави свідчить про її економічну та політичну силу, процвітання та високий рівень культурного розвитку та є показником авторитетності й успішності дій тієї чи іншої країни на світовій арені.

У глобальному інформаційному середовищі віртуальна дипломатія зі своїми методами впливу лежить в основі формування політичної ідеології країни. Нині в міжнародному науковому середовищі паралельно використовуються декілька термінів для позначення способу здійснення впливу на міжнародну спільноту за допомогою інформаційно-комунікативних технологій: “цифрова дипломатія” (digital diplomacy), “інтернет-дипломатія” (Internet diplomacy), “електронна дипломатія” (eDiplomacy), “дипломатія

електронних ЗМІ” (digital media diplomacy), “дипломатія соціальних мереж” (social media diplomacy), “Твіттер-дипломатія” (Twitter diplomacy), або “Твіпломатія” (Twiplomacy), “публічна дипломатія Веб 2.0.” (Public diplomacy Web 2.0.), “Кіберпарадипломатія (cyberparadiplomacy) та ін. Поняття “інноваційна дипломатія” є перспективним для використання з точки зору його зіставлення з традиційною, класичною дипломатією, та малодослідженим.

Відповідно можна стверджувати, що актуальність проблеми віртуальної дипломатії викликана об’єктивними вимогами функціонування державних інститутів за доби домінування мережі Інтернет.

На становлення та трансформацію міжнародного образу держави впливають, на думку О. В. Пархомчук, зовнішні (екзогенні) чинники. “Серед зовнішніх чинників конструювання міжнародного образу держав на сучасному етапі важливі світові стандарти, що сформовані міжнародною спільнотою та є конвенційними за походженням, задекларовані в нормах міжнародного права, документах міжнародних організацій, фіксуються щорічними рейтингами міжнародних організацій та рейтингових агентств” [4]. Ці показники ілюструють привабливість (або навпаки) спільноти для міжнародної аудиторії і стосуються економічних показників (рівня й тривалості життя населення, економічного добробуту, рівня корупції, можливості ведення бізнесу тощо) та політичних (розвитку інститутів демократії, інститутів громадянського суспільства, дотримання і захисту прав людини).

На сучасному етапі розвитку держави активно використовуються інструментальні механізми формування зовнішньополітичного іміджу та захисту національної державної політики від антидержавної пропаганди — політичні технології, невід’ємними елементами яких є маркетинг, іміджологія та електронні паблік рилейшнз.

Формування політичного іміджу країни в інформаційному просторі і, зокрема, в Інтернет-просторі не обмежується лише використанням електронних засобів масової

інформації на зразок майданчиків для організації рекламних та PR-заходів. Інтернет активно впливає на формування незвичних норм поведінки як на міжнародній сцені, так і межах певної країни.

Прогрес в інформаційних технологіях, прискорене зростання ролі кіберпростору і соціальних мереж породжують нову реальність не тільки для організацій і громадян, а й для держав. Така квазі-реальність, сконструйована сірою пропагандою, іноді не має абсолютного нічого спільного з реальним станом справ. Порівняно з традиційними засобами комунікації Інтернет надає державі масштабний канал ведення не монологу або уривчастого спілкування (телебачення або друковані засоби масової інформації), а постійного діалогу із громадянами, зарубіжною аудиторією і науково-експертним співтовариством. Такий соціальний діалог є основою демократичного врядування, основою інтеракції держави з громадянином, держави з громадянським суспільством.

Тоталітарна держава намагається обмежити дискусію суспільства на політичну тематику або задати їй конкретного провладного спрямування. Практика пропагандистської війни України з Російською Федерацією показала, що політичний монолог останньої із суспільством з допомогою телебачення (змонтованого відеоряду) дає на виході прогнозований тоталітарний продукт — запрограмовану особистість.

Споживачі Інтернет-джерел інформації у плані політичного мислення якісно відрізняються. Політичний діалог і можливість отримання інформації з будь-якої точки світу в режимі он-лайн значно розширюють політичний кругозір адресата.

Серед причин зростання значення і ваги міжнародних паблік рилейшнз Т. Лебедева називає такі тенденції: “Інтернаціоналізація економічного, політичного та культурного життя, що сприяла глобалізації міжнародних відносин і зростанню взаємозалежності всіх суб’єктів міжнародних відносин; зростання значення громадської думки в міжнародних відносинах; зростання значення міжнародної підтримки у розв’язанні глобальних проблем

та вирішенні конфліктів; формування позитивного ставлення суб'єктів міжнародних відносин як необхідного аспекту налагодження співпраці та економічних стосунків" [2].

Присутність в Інтернеті, контроль за інформаційними потоками визначають імідж держави в глобальному інформаційному просторі. На основі аналізу існуючих в Інтернет-просторі різновидів політичної комунікації можна зробити висновок, що інформаційно-комунікаційними складовими політичного іміджу державної влади є: Інтернет-представництва суб'єктів політики; Інтернет-сторінки в соціальних мережах відомих політиків та державних чиновників, публікації про політичних акторів в електронних засобах масової інформації (вітчизняних та зарубіжних); обговорення на форумах та інших Інтернет-сайтах.

За Г. Почепцовим [5], напрямами здійснення іміджевих комунікацій української держави у мережі Інтернет мають стати:

- 1) "використання доменних імен та контроль за власним іміджем в Інтернеті;
- 2) використання веб-сайтів зовнішньополітичного відомства та дипломатичних представництв за кордоном із відповідним інформаційним наповненням та мовною доступністю;
- 3) публікація іміджевих матеріалів як на власних веб-ресурсах, так і у світових Інтернет-виданнях та стрічках новин".

До цього переліку слід додати:

- 4) створення та підтримка веб-проектів;
- 5) створення на цих веб-порталах та веб-сайтах служб тематичних інформаційних розсилок;
- 6) публікація власних інформаційних матеріалів;
- 7) участь у спеціальних форумах, дискусійних групах;
- 8) висвітлення власної позиції певного чиновника чи політика на власній сторінці в соціальних мережах.

Глобальне інформаційне середовище вимагає від структур Міністерства закордонних справ України аналізувати і розуміти нові інформаційно-пропагандистські канали та технології. Навіть військові експерти кон-

статують зміни в систематиці формування міжнародної інформації. Міністерство закордонних справ України перестало бути монополістом подачі інформації про країну, цю роль стали поділяти поряд із ним сайти громадських організацій; спостерігається неконтрольований потік інформації у соціальних мережах. Тому Міністерство закордонних справ України повинно якісно збільшувати свою присутність в Інтернеті за допомогою публікацій у сервісах новин, блогах, відеоблогах, у соціальних мережах, адже це найсучасніший і практичний спосіб подачі інформації для аудиторії. Як абсолютно слушно наполягає Г. Почепцов: "Високопосадовці з урядових та дипломатичних кіл мають вжити заходів у царині електронної дипломатії з метою її інтеграції у наявні дипломатичні практики, щоб використовувати усі переваги Twitter-дипломатії" [5].

Перспективою подальших розвідок у цьому напрямі може бути детальне дослідження офіційних веб-сайтів органів державної влади, Міністерства закордонних справ України та дипломатичних представництв, визначення можливостей оптимізації діалогу між державою і громадянським суспільством, між державою та міжнародною спільнотою за допомогою Інтернету тощо.



Література

1. Кіслов Д. В. Політична безпека масових комунікацій: Монографія / Д. В. Кіслов. — К.: КП "МП Леся", 2010. — 208 с.
2. Лебедева Т. Ю. Паблік рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура. Модель. Система ценностей. Каналы СМК. — М.: Изд-во Московского ун-та, 1999. — 352 с.
3. Маліс О. Політичний сайт як посередник між суб'єктами політики та суспільством. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/1160>
4. Пархомчук О. В. Імідж країни як інструмент зовнішньополітичної діяльності держави. — [Електронний ресурс] Режим доступу: [41](http://istfak.org.ua/tendentsii-rozvytku-suchasnoi-systemy-mizhnarodnykh-vidnosyn-ta-svitovoho-politychnoho-protsesu/186-zovnishnia-polityka-derzhav-svitu-v-umovakh-h-</div><div data-bbox=)

lobalizatsii/612-imidzh-krayiny-yak-instrument-zovnishnopolitychnoyi-diyalnosti-derzhavy

5. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15840720/politologiya/informatsiyna_politika_-_pocheptsov_gg

6. Терещук В. І. Електронний PR як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: Мо-

нографія. — К.: Ун-т економіки та права “КРОК”, 2012. — 200 с.

7. Шевченко О. В. PR-технології формування міжнародного іміджу держави. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://megalib.com.ua/content/4182_Shevchenko_OV_PR_tehnologii_formyvannya_mijnarodnogo_imidju_derzavi_.html

У сучасному інформаційному середовищі пропаганда з допомогою новітніх технічних досягнень та комунікативних систем стала невід’ємним елементом ведення активних дій у політичному просторі (від PR-заходів виборчої кампанії всередині країни до актів холодної війни в міжнародному інфопросторі). Достатня адекватна присутність Міністерства закордонних справ України в Інтернет-просторі і вчасні контрпропагандистські заходи — необхідна складова національної безпеки країни.

В современной информационной среде пропаганда посредством новейших технических достижений и коммуникационных систем стала неотъемлемым элементом ведения активных действий в политическом пространстве (от PR-мероприятий избирательной кампании внутри страны до актов холодной войны в международном инфопространстве). Достаточное адекватное присутствие Министерства иностранных дел Украины в Интернет-пространстве и своевременные контрпропагандистские меры — необходимая составляющая национальной безопасности страны.

In the modern Informational environment, the promotion with the help of new technological achievements and communicative systems became an integral element of conduction the active operations in the political space (from pr-entertainments of the electoral company inside the country, to to the acts of cold war in the interntional area). The most important part of the international security of Ukraine is an adequate presence of the ukrainian Ministry of Foreign Affairs in the internet space and modern outreach measures.

Надійшла 10 червня 2014 р.

ІДЕЙНО-ТЕОРЕТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КОМУНІКАТИВНОГО АСПЕКТУ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ: НАУКОВІ ПІДХОДИ І НАПРЯМИ ОСМИСЛЕННЯ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 43—49

Аналізується ідейно-теоретичний потенціал комунікативного аспекту мовної політики. Розглядається ідея незалежності українського народу, про яку він мріяв, та інші ідеї, що пов'язані з розбудовою Української держави, розвитком і поширенням української мови як єдиної державної в сучасній Україні.

З проголошенням незалежності на зміну радянській ідеології прийшла демократична, а разом із нею — плюралізм думок, який виражається у безперервних дискусіях, публічних виступах владарюючих еліт і політичних діячів. Хоча ідея діалогу і дискурсу, як форма зіставлення думок та орієнтацій, ще й досі не стала провідною у середовищі українського політикуму, оскільки в Україні ще не утвердилася традиція відкритих і чесних дебатів. Це спостерігається у піковий період виборчих кампаній української політики, коли спроби дебатування неодмінно супроводжуються підозрами та звинуваченнями один одного щодо маніпулювання.

Сучасні підходи до аналізу ідейно-теоретичного потенціалу комунікативного аспекту мовної політики вибудовуються на основі двох парадигм: перша формує пост-тоталітарну перспективу, яка концентрує навколо себе уявлення про нову форму соціально-політичного контролю, друга — комунікативну, що спонукає до розуміння та інтеграції усіх еліт та політичних сил. Така комунікативна політика може мати сенс лише тоді, коли політичні актори вступають у контакт лише з однією метою — порозумітися, дійти згоди і домовитися, що не є на порядку денному окремих сучасних політи-

ків, які лише декларують таке бажання. Щоб така комунікативна дія відбулася, політичні актори мають обґрунтувати свої домагання і бажання. І тим не менше, порозуміння між різними політичними силами, владою та опозицією спостерігалися при ухваленні необхідних для держави законів, постанов і рішень, а також Декларації про державний суверенітет, проголошення незалежності, ухваленні Конституції України і т. п. Комунікативний аспект мовної політики упродовж усіх років незалежності формувався на основі кількох ідеологій. До середини 90-х років минулого століття він активно формувався і розвивався під дією національно-демократичної ідеології правих політичних сил. Паралельно із цим на розвиток суспільно-політичного життя країни великий вплив мала комуністична ідеологія, якій симпатизували мешканці Півдня і Сходу країни.

Комунікативний аспект мовної політики досліджували Т. Груба, Д. Донцов, О. Кузьмук, В. Панібудьласка, Д. Позняк, Г. Редькіна, О. Скребець та інші вчені. Раціональний підхід до здійснення мовної політики вчені розглядають як ідеологічну підставу для формування політичної нації, самосвідомості українського народу на принципах культурної і мовної унікальності. Раціо-

нальна мовна політика є потужним інструментом, який необхідно застосовувати в процесі ідентифікації і консолідації українського полікультурного суспільства. Це є одне із основних завдань, якому протягом усіх років незалежності не приділялося належної уваги. А щодо виникнення політичних ідеологій, то вони сформувалися ще в епоху Просвітництва, коли було висунуто й обґрунтовано ідеї суспільного прогресу, створено відповідний раціональний порядок на основі певних цілей. Ідеологія, як наука про ідеї, на думку М. Головатого, є системою цінностей, поглядів, тверджень, що відображає ставлення людини до дійсності. Це систематизована сукупність понять і уявлень про світ, за допомогою яких різні суб'єкти — особистість, група, клас, суспільство тощо — усвідомлюють власні політичні позиції та інтереси, які є відповідними спонукami політичної діяльності. Тобто це “складний, малодосліджений і суперечливий процес, який залежить від особистісних і психологічних рис людини” [3, 148–149].

Ідея є складовою терміну “ідеологія”, яку політологічний довідник визначає як систему політичних, етичних, художніх, філософських та релігійних поглядів. Основний її зміст — соціальний ідеал, образ передбачуваного, бажаного чи очікуваного. Усі ідеології містять ідеї, оскільки представляють не справжній, а уявний світ. У цьому випадку термін “ідеологія” асоціюється з ідеєю месіанської ролі російського етносу як єдиної сили, яка спроможна захистити і консолідувати всіх слов'ян в одну націю. У політологічному словнику поняття “ідеологія” трактується як система переконань та ідей, поглядів на суспільство та його політичне життя. Ідеологія відображає ідеали, світогляд, інтереси, умонастрої людей, класів, соціальних верств, політичних партій та громадських рухів, а також охоплює цінності, нормативні й цільові схильності та способи їх досягнення. Інколи її розглядають як систему взаємодіючих символів і структур, своєрідну реакцію на соціальне напруження у суспільстві. Історичний досвід, на думку вченого, підтверджує, що

ідеологія є системою переконань, яка закономірно виходить на політичну сцену в часи скрутних криз суспільства і здатна порушувати стан соціальної аномалії у кризових умовах.

Раціональний підхід до аналізу мовної політики спрямовано на розв'язання проблем, які мають кризовий характер. Процеси інформатизації і глобалізації, які відбуваються в Україні, розширюють і збагачують ідейно-теоретичну проблематику мовної політики, потребують її наукового осмислення та обґрунтування. Нагальною потребою мовної політики є осмислення її ідейно-теоретичного потенціалу та аналіз її конструктивних і деструктивних виявів як основних наукових підходів до дослідження зазначеної проблеми. Зокрема, Платон надавав ідеям великого значення і запевняв, що вони є основою фундаментальних перетворень, управляють світом, народжують цивілізації, і водночас, створюють і руйнують держави. Щоб розкрити ідейно-теоретичний потенціал мовної політики, необхідно з'ясувати поняття “ідея”, яке за сучасним словником — мінімум іншомовних слів — визначається як думка або міркування з приводу того, що відображає закономірні зв'язки та ставлення до об'єктивної дійсності. Тобто “ідея — це те, що покладено в основу того чи іншого процесу людської творчості, основного принципу світогляду і переконання” [10, 247]. Новий словник іншомовних слів визначає ідею як сукупність уявлень про дійсність у свідомості людини, що виражає його ставлення до навколишнього світу; основний істотний принцип світосприйняття; “основну думку, задум, що визначає зміст чого-небудь; намір або план” [8, 252]. Тобто ідея дає нам можливість усвідомити давність і неперервність української історії, традиції, мови, культури, починаючи від доби Київської Русі і закінчуючи здобуттям незалежності. Парадокс російської ідеї захоплення Криму і подальшої ескалації військового конфлікту на кордонах з материковою Україною полягає в тому, що він активно підтримується етнічними росіянами, зокрема інтелігенцією, яка розвіює міф

про братні стосунки з українським народом. У цьому контексті термін “ідея” варто розуміти як світогляд, переконання і міркування, що відображають закономірні зв’язки та ставлення до об’єктивної дійсності, яка покладена в основу людської діяльності.

Окремі аспекти євроазійського і проєвропейського напрямів здійснення мовної політики аналізували М. Карлов, Р. Кісь, В. Котигоренко, О. Кресін, О. Кривицька, О. Мороз, В. Мойсик, О. Убейволк та інші вчені. Проаналізувавши праці вчених, з’ясовано, що проєвропейський напрям розвитку мовної політики в сучасній Україні активно підтримують національно-демократичні політичні сили, а євроазійський — проросійські політичні сили. Євроазійський напрям розвитку більш детально проаналізувала вітчизняна дослідниця О. Скребець. Вона сконцентрувала увагу на деструктивному аспекті мовної політики сучасної Росії, зокрема на ностальгії за імперським минулим, яке вона намагається реставрувати шляхом насильницького захоплення держав пострадянського простору та об’єднання їх на чолі з Росією. Учений намагається дати відповідь на запитання, чому для Росії імперська модель розвитку є такою важливою? О. Скребець підкреслює, що “мільйони росіян вважають Росію духовним лідером, великою імперією, яка виховує у своїх громадян високі моральні принципи та особливості менталітету” [9, 41, 60, 61, 68].

Деструктивна складова мовної політики — це зіткнення полярних ідеологій, ідей та інтересів різних політичних сил, партій, рухів, організацій, формувань, радикальних угруповань, ідеологій, влади і народу. Щоб попередити протистояння у мовно-політичній сфері, у вітчизняних учених, зокрема А. Погрібного і В. Кулика, виникла ідея запровадження в Україні зарубіжного мовного досвіду, який би допоміг згуртувати полікультурний український народ. Про базові цінності європейських стандартів мовно-комунікативної політики йдеться також у праці Н. Шульги. Мовно-політичні конфлікти було викликано політикою русифікації,

яка трансформувалася лівими політичними силами у незалежну Україну від колишнього СРСР. Ідея російщення (асиміляції), яку досліджували І. Дзюба, І. Діак, В. Скляр та ін., є шкідливою в умовах будівництва нової демократії і вигідна лише тим, хто підтримує федералізм та сепаратизм. Ідею російщення, євразійського шляху підсилювали російські політики, етнополітологи, письменники і вчені, серед яких велике значення мають виступни, заяви і твори О. Дугина, К. Затуліна, С. Корабльова та ін. В учених виникла ідея: шляхом реінтеграції пострадянського простору перетворити Росію яка, за версією Ф. Тютчева, є “Другою Європою” і її духовним конкурентом, на сильну світову державу. Досягти поставленої мети Росія намагалася шляхом перетворення СНД на новий політичний союз, тобто у наймасштабніший проект модернізації ідеї панславізму. Потребу у цьому російська влада пояснює невідповідністю території Росії з її культурним простором, який заселено російськомовними громадянами. А це вимагає, як запевняє В. Баріс, нового “збирання земель” під егідою ідеї О. Панаріна: “Москва—Третій Рим” та гасла А. Малера: “Росія буде великою державою або її не буде взагалі”. Щоб протистояти західній цивілізації, Росії необхідно втілювати в життя ідею наддержави, відновлювати свій новий статус у рамках СНД і відвоювати слов’янські країни, зокрема і Україну, без якої, за словами Є. Холмогорова, Росія взагалі не може існувати, оскільки Україна визначається зоною російських політичних інтересів. За визначенням багатьох вітчизняних учених, зокрема О. Скребець, всі українські землі в російських концепціях трактуються як російські, а українці — як частина російського народу-суперетносу. Україна, як справедливо зазначає вчений, є “національним проектом Росії”, тобто — “частиною Російського світу” [9, 97, 150, 156, 211].

Відтак, червоною лінією, яка проходить через всю мовну політику Росії щодо України, є домінування Росії на пострадянському просторі, ідея захисту прав російськомовного населення та російської мови, що створює

політичний прецедент для розколу України, федералізації, сепаратизму та іредентизму. Процес розколу України на окремі вільні і незалежні від центральної влади Києва території уже розпочато Росією, починаючи з Автономної Республіки Крим і Сходу. Проти русифікації, месіанства Росії та ідеї Третього Риму виступили деякі вчені, зокрема В. Карлова, Р. Кісь, А. Корж, В. Сквірська та ін. Наслідки розколу України негативно оцінюють навіть російські дослідники, зокрема О. Міллер, який не схвалює возз'єднання росіян з українцями шляхом розчленування України, що обіцяє, на його думку, багато неприємних пригод, які можуть стати для Росії серйозним викликом у плані становлення нації.

Конструктивний і деструктивний підходи до аналізу здійснення мовної політики розглядається за допомогою методу тріадної кореляції цінностей та орієнтацій соціально-політичного та полікультурного розвитку українського суспільства і держави в цілому, тобто в контексті тріади “мова — інформаційно-комунікаційна політика — мовна політика”, яку аналізували як зарубіжні (Р. Блакар, Н. Луман, Д. Мак-Квейл, І. Сафіулліна, А. Соколов, А. Соловйов, В. Федотова та ін.), так і вітчизняні вчені (Ю. Біденко, В. Бурдяк, М. Головатий, С. Денисюк, В. Загороднюк, О. Зернецька, Ю. Косенко, Л. Масенко, Л. Нагорна, М. Остапенко, В. Пасько, І. Кресіна, М. Розумний, О. Суший, В. Тімашова, Л. Шаян та ін.). Запропонований І. Варзарем метод тріадної кореляції цінностей та орієнтацій соціально-політичного та полікультурного розвитку українського суспільства дав підстави подивитися на досліджувану проблему по-новому, узагальнити матеріал, виділити основне та проаналізувати ті аспекти, за допомогою яких можна кардинально змінити мовну ситуацію в державі, яка “дасть можливість підтримувати культурне розмаїття, реалізувати право національних меншин на національно-культурне самовизначення і захист їх самобутності” [2, 6, 213, 228–230].

В основу цієї тріади дослідники поклали власне уявлення про неупереджений аналіз

дійсності, очищений від суб'єктивізму політика і вченого, а також розуміння таких понять, як “розмова”, “обговорення”, “оповідь”, “пояснення”, “доведення”, “аргумент”, “бесіда”, “суперечка”, “міркування”, “дебати”, “культура”, “ідеологія”, “комунікація”. Між цими поняттями є тісний зв'язок, наприклад: “для культури слово є дією, мова — комунікацією, а для ідеології будь-яка дія може стати словом і тим самим бути інституціоналізованою, а будь-яка комунікація може мати форму мови” [4, 78].

Одну з дослідницьких переваг зазначеного методу в тексті роботи продемонстровано такою колізією: поставивши в силовий центр означеного трикутника комунікаційну політику держави як корелятора/модератора взаємодій/взаємопереходів незліченної кількості мовно-політичних ситуацій, це дало можливість діалектичним, доказовим чином підійти до феноменальної суті вже згаданого мовного закону від 3 липня 2012 р., не вихолощуючи його нормативно-правову серцевину та вибірково відкидаючи його теоретичні негативи та емоційні ситуативи. У цьому контексті Л. Нагорна розглядає мову як соціальний феномен, систему комунікації, фундамент історичної пам'яті, що об'єднує народ у часи тяжких випробувань, і як таку, яка є своєрідним “вікном у світ” [7, 261], оскільки формує уявлення людини (нації), її уподобання, створюючи макрополе для духовної життєдіяльності, стоїть на сторожі державного, культурного, ідеологічного, інформаційного суверенітету нації, формує національну свідомість та відіграє вирішальну роль у становленні національної (громадянської) ідентичності.

Деструктивний підхід до аналізу політичної мови містить прийоми виконавця і споживача, які принижують супротивника, деформують і контролюють соціальну і політичну дійсність, яка не рахується із громадською думкою і розділяється на “своїх і чужих”. Поділ українського полікультурного суспільства за мовною ознакою пов'язано зі змінами, які відбулися у свідомості людей та їх психології, що було спричинено насильницьким

насадженням російської мови в минулому. Зокрема, В. Русанівський, Ю. Шемшученко, М. Шульга з'ясували, що проживання індивіда у чужомовному середовищі сприяє формуванню двомовності, а з часом — асиміляції, що характерно для мешканців великих міст. На думку О. Потебні, “мислення дитини повинно формуватися на ґрунті рідної мови, і поки воно не дозріло, поки не сформувався остаточно мовно-розумовий апарат, двомовність є шкідливою” [6, 93].

Відтак, євразійський напрям аналізу здійснення мовної політики та внутрішньодержавний колоніалізм російської мови призвів до хибного розуміння частини українського народу справжньої національної культури, хвороби національної психіки, самосвідомості, комплексу меншовартості, невпевненості у власних силах. На думку відомого українського вченого О. Потебні, “рідна мова закладена у людині генетично, тому чужа мова, насаджена у ранньому віці, гальмує її розумовий розвиток. А думка, висловлена рідною мовою, є логічнішою і глибшою”. Не можна не погодитися з вищезазначеними авторами, такими як В. Андрющенко, В. Бабкін, В. Кремінь, І. Курас, О. Потебня, Ю. Римаренко, що “відчуття національної вартості настільки глибоке, що навіть чужа мова (російська) не завжди може вбити почуття національної самосвідомості” [9, 94].

Комунікативний підхід до аналізу політичної мови полягає у підтриманні контакту і дружніх стосунків між полярними політичними силами, владою і громадянами, що не завжди спрацьовує на користь останніх, якщо взяти до уваги ту мовну політику, яка з середини 90-х років минулого століття здійснюється проросійськими політичними силами. Конструктивний підхід до здійснення мовної політики аналізував В. Панібудьласка, який запропонував ідею вільного розвитку мов національних меншин. Ця ідея була втілена в законі “Про мови в Українській РСР”, виконання положень якого були розтягнуті на десять років. Вводити українську мову в суспільно-політичне життя Кримського півострова, зокрема в освітню галузь, було роз-

почато лише у 1997 р., тобто з великим запізненням. Цей закон продовжував діяти до середини 2012 р. Ідею В. Панібудьласки використали у власних інтересах проросійські політичні сили і загальмували її розвиток, даючи зелену дорогу лише для російської мови.

Відтак, спільною основою для всіх цих визначень є спілкування, повідомлення, взаємозв'язок, налагодження контактів між суб'єктами, передача інформації на відстань широким масам з допомогою технічних засобів або з допомогою масової комунікації тощо. Цей комунікативний підхід до здійснення мовної політики варто покласти в її основу, де мовно-політичні комунікації виступають як найважливіший ресурс, що дає можливість ефективно взаємодіяти у політичній площині заради досягнення певних цілей. Збирання, збереження, використання і захист інформації закріплено в положеннях Конституції України, яка надала право українському народу вільно спілкуватися рідною мовою, використовувати свободу слова, поглядів і переконань. Під захистом Основного Закону було розроблено правові механізми для розвитку і поширення масової комунікації. Свобода інформації і комунікації тісно пов'язана з полікультурністю, мовним розмаїттям та плюралізмом думок. Зокрема, ст. 32 гарантує право спростовувати і вилучати недостовірну інформацію, а також відшкодовувати матеріальні і моральні збитки, завдані збиранням, зберіганням, використанням та поширенням шкідливої інформації. Ст. 34 Конституції України гарантує “право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, а також збирання, зберігання, використання і поширення інформації усно, письмово або в інший спосіб” [5, 13–14].

Що стосується поняття “політика” як складової тріадного явища, то, за визначенням сучасного словника-мінімуму іншомовних слів, цей термін означає діяльність органів державної влади, партій, громадських організацій у сфері внутрішньодержавного управління та міжнародних відносин; спосіб дій, спрямований на досягнення певної мети;

питання та події громадського і державного життя; певним чином скеровану діяльність держави або якихось соціальних груп у якій-небудь сфері. В Аристотеля політика має бути раціональною і конструктивною, а влада, яка має складатися з мудрих і талановитих керівників, — чесною, відповідальною перед суспільством та освіченою. В його уяві, будь-хто управляти державою не може. Він не розглядав державу окремо від комунікацій, а вважав, що держава утворюється тоді, коли виникають різного роду комунікації — “зв’язок між родами задля благаго життя” [1]. Загалом, термін “політика” походить від давньогрецького “politike” і означає мистецтво здійснювати спільні справи через комунікативний зв’язок між державою і народом, співіснувати громадою та разом управляти державою [11, 8–12].

Отже, комунікативна складова мовної політики — це конструктивна, прогнозована і зважена повсякденна робота усіх гілок політичної влади, рухів, товариств, організацій, політичних партій, установ, спрямована на захист мов національних меншин і корінних народів, а також — єдиної державної (офіційної) мови, подальший її розвиток і поширення в усіх сферах і галузях суспільно-політичного життя та в усіх регіонах країни. Це раціональна мовна політика легітимної влади, яка керується Конституцією та іншими законами держави, забезпечує повноцінне функціонування державної (офіційної) мови, а також тих мов, які перебувають на межі зникнення. Це добре спланована робота держави, спрямована на регулювання мовного питання, користь соціокультурного і духовного розвитку всіх народів, які мешкають на території сучасної України.



Література

1. Аристотель. Политика / Аристотель // Собр. соч.: В 4 т. — М., 1960. — Т. 2. — 465 с.
2. Варзар І. Політична етнологія: Пропедевт. курс / І. М. Варзар. — К.: Персонал, 2011. — 354 с.
3. Головатий М. Людина і політика: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. Головатий. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2012. — 352 с.
4. Денисюк С. Культурологічні виміри політичної комунікації: Монографія / С. Денисюк. — Вінниця: ВНТУ, 2012. — 392 с.
5. Конституція України. — К.: “Просвіта”, 1996. — 80 с.
6. Мала енциклопедія етнодержавознавства / НАН України. Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького; Редкол.: Ю. І. Римаренко (відп. ред.) та ін. — К.: Довіра: Генеза, 1996. — 942 с.
7. Нагорна Л., Верменич Я. Мовна політика і національна самосвідомість: уроки минулого і сьогодення / Нац. культура в сучасній Україні (Голова ред. колегії І. Ф. Курас). — К.: Асоціація “Україна”, 1995. — 336 с.
8. Новий словник іншомовних слів: близько 40000 сл. і словосполучень / Л. І. Шевченко, О. І. Ніка, О. І. Хом’як, А. А. Дем’янюк; За ред. Л. І. Шевченко. — К.: АРІЙ, 2008. — 672 с.
9. Скребець О. Імперська ідея: російський досвід концептуального осмислення: Монографія / О. В. Скребець. — Севастополь: СевНТУ, 2012. — 413 с.
10. Сучасний словник-мінімум іншомовних слів: Близько 9000 слів / Уклад. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. — К.: Довіра, 2008. — 798 с.
11. Тімашова В. Політика як потрібне соціальне явище в історіологічному осмисленні / В. Тімашова // Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. Наук. часопис Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. Сер. 22 [Відп. ред. О. В. Бабкіна]. — К.: Вид. Нац. пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова, 2012. — Вип. 9. — С. 8–12.

Ідеї, як теоретичний потенціал комунікативного аспекту мовної політики, розглядаються як раціональні та ірраціональні. Євроазійський напрям здійснення мовної політики аналізується у контексті деструктивного підходу, європейський — конструктивного, що необхідно розуміти як комплекс конкретних заходів, які систематично здійснюються на всеукраїнському рівні і спрямовані на захист національних інтересів, збереження цілісності країни, недоторканності її державних кордонів, консолідацію полікультурних громадян, які мешкають на території сучасної України.

Идеи, как теоретический потенциал коммуникативного аспекта языковой политики, рассматриваются как рациональные и иррациональные. Евроазиатское направление осуществления языковой политики анализируется в контексте деструктивного подхода, европейское — конструктивного, что необходимо понимать как комплекс конкретных действий, которые систематически проводятся на общеукраинском уровне и направлены на защиту национальных интересов, сохранение целостности страны, неприкосновенности ее государственных границ, консолидацию поликультурных граждан, проживающих на территории современной Украины.

Ideas as theoretical potential communicative aspect language policy, are seen as rational and irrational. Eurasian direction of the implementation language policy is analyzed in the context of a destructive approach Europe — design, it is necessary understand as a set of concrete steps to systematically conducted at the national level and aimed at protection of national interests, maintain the integrity country inviolability of frontiers, consolidation of multicultural citizens living in the territory of modern Ukraine.

Надійшла 30 травня 2014 р.

СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК ЗАСАДНИЧА УМОВА СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 50—53

Проаналізовано основні теоретико-методологічні підходи щодо дослідження феномену “політичні цінності”.

За всього різноманіття пояснень терміну “політичні цінності”, найоптимальнішим, на наш погляд, є таке: “Політичні цінності — об’єкти, явища, ідеї, процеси політичного життя та їх властивості, до яких людина ставиться як до таких, що задовольняють її соціальні потреби, інтереси, і які вона залучає у сферу своєї життєдіяльності” [6, 719].

З цього визначення постає узагальнене розуміння насамперед двох основоположних характеристик політичних цінностей. Перша: політичні цінності є невід’ємною складовою культури, і особливо — політичної культури особистості, групи, суспільства в цілому. І друга: політичні цінності — це віддзеркалення політичної свідомості у її найширшому прояві, починаючи зі свідомості окремо взятої людини (особистості).

Характеризуючи наявну літературу з проблем політичних цінностей, слід виходити з того, що більшість дослідників (філософів, політологів, соціологів, культурологів, психологів) опираються на чотири основних концепції цінностей загалом, які сформульовані і викристалізувалися у другій половині ХХ ст. Це: а) аксіологічний трансценденталізм (С. Віндельбанд і Р. Ріккерт); б) натуралістичний психологізм (Дж. Дьюї, А. Мейнон, Р. Перрі, К. Льюїс); в) персоналістичний онтологізм (Н. Гартман, М. Шелер); г) соціологічна концепція цінностей (М. Вебер, Е. Дюркгейм).

У колишньому СРСР проблема цінностей, політичних цінностей зокрема, предметно досліджувалася Б. Грушиним, А. Здравомисловим, В. Ірхіною, Л. Коганом, І. Лебедєвим, Д. Леонтєвою, Н. Розовою, І. Федякіним, В. Ядовим та іншими вченими.

Серед сучасних українських дослідників, які досліджують політичні цінності, викремимо таких вчених, як: В. Андрущенко, Є. Ануфрієв, О. Балакірева, І. Бекешкіна, В. Бернадський, В. Бех, В. Борисов, К. Ващенко, М. Головатий, В. Курило, В. Морозов, Н. Паніна, О. Якушин та ін. Серед російських учених йдеться про праці В. Волкова, С. Іконнікової, І. Ільїнського, І. Кона, В. Криворученко, В. Лісовського, В. Лукова, В. Павловського, В. Чупрова та ін.

Немало проблем виникає з питання класифікації політичних цінностей. По-перше, варто поділяти політичні цінності на цінності суспільні і цінності особистісні. “Позитивною стороною суспільних цінностей, — пише український дослідник П. Сліпець, — є формування у межах суспільства природного, об’єктивного механізму трансляції цих цінностей. У цьому відношенні суспільні цінності краще захищені та чіткіше сформульовані; вони мають досконаліше відпрацьовані механізми заохочення з боку суспільства, ніж цінності індивідуальні та загальнолюдські” [7, 75].

Зазначимо і те, що суспільні політичні цінності головним чином обумовлені наявністю

в суспільстві домінуючої ідеології — лібералізму, соціалізму, консерватизму, націоналізму, фашизму, анархізму, їх модифікацій, або й нових, неklasичних ідеологій — екологізму, комунітаризму, фемінізму тощо. Оскільки ідеологія є необхідною умовою кожного процесу державотворення, то визначне місце і роль має так звана національна ідея. “Національна ідея, — справедливо зауважує вже цитований нами П. Сліпець, — покликана аргументовано і переконливо орієнтувати, акцентувати увагу не на ідолах, до яких належить підлещуватися, а на ідеалах, яких слід прагнути” [7, 85].

Стосовно загальнополітичних, загальнонаціональних цінностей, у тому числі й українських політичних цінностей, досить мудро свого часу висловився великий елітарист, консерватор В. Липинський, який писав так: “Маючи в своїй нації і Схід і Захід, мусимо ці два напрями під гаслом єдності та нашої національної індивідуальності в собі весь час гармонізувати. Без такої гармонізації ми гинемо як нація: підпадаємо — не завойовані ніколи чужою зброєю, а завжди власним внутрішнім розладом — під впливи то східної Москви, то західної Польщі”¹. Дуже влучне і доречне (особливо на 2014 р., липень місяць) зауваження великого мислителя.

Цитуючи українського дослідника Н. Жабінця, інший український політолог, спеціаліст у галузі політичної модернізації, суспільних трансформацій В. П. Горбатенко звертає увагу на те, що “основу загальнонаціональних, вітчизняних цінностей становлять: а) домінуючі цінності (свобода, справедливість, політична стабільність, громадянське суспільство); б) розвиваючі цінності (законність, політична лояльність, толерантність, схильність до компромісів, відповідальність, свідоме (неупереджене) ставлення до змін, ефективна участь у політичному житті, безпека, рівність, політичний суверенітет, патріотизм, плюралізм, легітимність, постматеріалізм” [1, 150]. Подібну класифікацію наводять (за деякими відмін-

ностями, змінами) й інші українські вчені, зокрема В. М. Денисенко [2].

Вочевидь, маємо брати до уваги й те, що загальнонаціональні (загальносуспільні) політичні цінності нині мають найсприятливіші умови для формування та, головним чином, для практичної реалізації у ситуації плюралістичної демократії. За такої демократії “державна є демократичною лише за наявності великої кількості організацій або автономних груп, що беруть участь у здійсненні влади” [8, 153]. Відомий політолог Е. Хейвуд під поняттям “плюралістична демократія” розуміє демократичну систему, що ґрунтується на виборах у представницькі органи, де існує демократичне управління і де є такі умови: 1) розподіл політичної влади між групами, які змагаються між собою (особливо важливою є відсутність привілейованих груп); 2) існує високий рівень внутрішньої відповідальності, за якої лідери політичних груп підзвітні їх рядовим членам; 3) існує нейтральний апарат уряду, внутрішньо достатньо структурований, щоб надати політичним групам поле для безпосередньої політичної діяльності [9, 97].

Як вже зазначалося, політичні цінності суспільства мають свою специфіку і особливості. Так, користуючись логікою мислення чеського філософа, політолога С. О. Левицького, політичні цінності пов’язані головним чином з детермінацією політичної свободи, як соціального, суспільного феномену. Філософ вважає, що мова йде про три особливості існування і прояву свободи: а) свобода дії; б) свобода вибору; в) свобода бажання [4, 10–18]. Можна “стверджувати, — пише С. Левицький, — про наявність психологічної свободи, навіть за відсутності свободи матеріальної дії” [4, 12].

Свобода вибору — феномен набагато складніший: йдеться про межі вибору, мотивацію тощо. “Поки ми не можемо охопити перспективи нашого життя в цілому, — пише філософ, — навряд чи можна очікувати збігу відчуття свободи або несвободи з тим, що відчуваємо — з реально існуючою свободою або несвободою” [4, 15].

¹ Липинський В. Релігія і церква в історії України. — Філадельфія, 1925. — С. 54).

Ще складнішим є свобода бажання, яка передусім залежить і пояснюється відповідно до рівня загального психологічного стану і розвитку людини. По суті, проблема свободи у цьому випадку виглядає як метафізична проблема. “У ній ставиться питання про відношення нашої волі до всього суцього і ставиться під сумнів істинне — сутність нашої волі” [4, 16].

Ґрунтом політичних цінностей особистості є суспільне життя, включаючись у яке людина по-різному сприймає різні суб'єкти такого життя, їх прояв, характер. Відтак цінності політичного життя величезною мірою обумовлені характером та особливостями, тобто конкретно-історичними умовами функціонування суспільства. Звідси логічним є висновок: за своєю природою і сутністю політичні цінності становлять своєрідний і унікальний синтез: 1) індивідуальних; 2) соціально-класових; 3) національно-етнічних; 4) загальнолюдських засад. Хоча така класифікація є достатньо умовною, її можна брати до уваги як основоположну. При цьому, у системі політичних цінностей наявними є суспільно-політичні ідеали і цілі, принципи та норми політичного життя, традиції і символи, врешті — конкретні зразки політичної поведінки, які спостерігає, бере для себе як взірець конкретна людина (особистість).

Цінності політичні не є і ніколи не можуть бути абсолютно сталими, незмінними. Вони істотно трансформуються відповідно до трансформації самого суспільства, а тому в такому суспільстві практично завжди існує протистояння, неузгодженість політичних цінностей людини “минулих часів”, з людиною нового покоління. Має місце поляризація політичної свідомості, а відтак, і поляризація політичних цінностей. Додамо до цього й те, що потужний вплив на систему політичних цінностей мають цінності інших суспільств. Зокрема, на українське суспільство істотно впливають цінності зарубіжних країн — Європи, США, Росії, Азійського та інших континентів. Зрозуміло, що несвідомий, некритичний вибір цінностей інших народів і країн не є позитивним для українського соціуму.

Відтак, серед різноманіття класифікації політичних цінностей можна виокремити: а) цінності загальнолюдського характеру (умовно, ті, що притаманні більшості громадянам країни, соціуму); б) цінності дещо індивідуального характеру і змісту. До перших відносимо мир, злагоду в суспільстві; чесну працю і добробут; соціальну справедливість і національну гідність; права і свободи людини; громадянську відповідальність і законність та ін., що є загальними, інтегральними для будь-якої людини.

Так чи інакше, однак загальнонаціональні (суспільні) й індивідуальні (особистісні) політичні цінності тісно взаємопов'язані. З цього приводу український дослідник Є. Кубасевіч доречно зазначає: “Проблема полягає в тому, що при реалізації конкретних політичних кроків індивід, з одного боку, повинен діяти відповідно до своїх партікулярних цінностей, а з другого — діяти у згоді з реальними структурами, у тому числі державними і поставленими перед ним особистісними завданнями. Тим більше, що принципове слідування тим чи іншим цінностям і нормам часто протиставляється реальним наслідкам тих чи інших політичних дій. Прикладом цього можуть слугувати випадки, коли, керуючись винятково принципами ненасильства й толерантності, можна санкціонувати не тільки втрату своїх владних повноважень, а й трансформацію політичної системи, зміну політичного устрою держави та ін. З іншого боку, апеляція до тих чи інших цінностей є ефективним механізмом для досягнення політичних цілей” [3, 133].

Поєднання, діалог загальнонаціональних та індивідуально-особистісних політичних інтересів є основою продуктивних взаємин держави і громадянина, влади і громадянського суспільства, що й становить основу розбудови справді демократичного соціуму.

Демократичний суспільний устрій тим і позитивний, що надає особистості максимум свобод, у тому числі і політичних, що, у свою чергу, ускладнює, підвищує рівень відповідальності людини за свій життєвий вибір.



Література

1. Горбатенко В. Політико-правові цінності в контексті демократизації українського суспільства / В. Горбатенко // Право України, 2013. — № 8 (2013). — С. 149—157.
2. Денисенко В. М. Аксиологія динаміки політичних процесів / В. М. Денисенко, В. Й. Климончук. — Л., 2005. — 481 с.
3. Кубасевич Е. Соціокультурний механізм впливу політичної комунікації на формування політичних цінностей / Е. Кубасевич // Наукові праці МАУП, 2009. — № 1 (20). — С. 130—133.
4. Левицкий С. А. Трагедия свободы / С. А. Левицкий; Предисловие Н. О. Лосского. — Посев, 1958. — 347 с.
5. Мороз А. С. Трансформація політичних цінностей та орієнтацій молоді України: зовнішньополітичний аспект: Автореферат дис. ... канд. політ. наук: 23.00.03 / А. С. Мороз. — К., 2012. — 21 с.
6. Політологічний енциклопедичний словник // Упоряд. Горбатенко В. П.; За ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна, В. П. Горбатенка. — 2-ге вид., допов. і перероб. — К.: Генеза, 2004. — 736 с.
7. Сліпець П. Політичні цінності й ідеологія у форматі стратегії формування ефективної держави та суспільних відносин / П. Сліпець // Наука. Влада. Політика. — К.: Знання України, 2008. — С. 75—91.
8. Теория политики: Учеб. пособие / Под ред. Б. А. Исаева. — СПб.: Питер, 2008. — 464 с.
9. Хейвуд Э. Политология: Учеб. для студ. вузов: Пер. с англ. / Под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Бельского. — М.: Основы, 2005. — 432 с.

Розглянуто проблему формування та прояву політичних цінностей як базової засади становлення особистості в сучасних умовах. Наголошено, що поєднання, діалог загальнонаціональних і індивідуально-особистісних політичних інтересів є основою продуктивних взаємин держави і громадянина, влади і громадянського суспільства, що й становить основу розбудови справді демократичного соціуму.

Рассмотрены проблемы формирования и проявления политических ценностей как основы становления личности в современных условиях. Отмечено, что сочетание, диалог общенациональных и индивидуально-личностных политических интересов является основой производительных взаимоотношений государства и гражданина, власти и гражданского общества, и составляет основу развития действительно демократического социума.

This article deals with the problem of the formation and manifestation of political values as the basic principles of the formation of the features in the modern conditions. Emphasized that the combination of national dialogue and individual personal political interests are the basis of productive relations and citizen, government and civil society and is the basis of building a truly democratic society.

Надійшла 10 липня 2014 р.

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ПОЛІТИЧНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОРІЧЧЯ

Наукові праці МАУП, 2014, вип. 42(3), с. 54—58

У структурі європейської політики та економіки багато що змінилось за останні десятиріччя. Об'єднання багатьох країн, узагальнення їх економічної діяльності, спільна політика, розвиток кризового стану у кількох політичних та економічних галузях європейських країн — це основні змінні напрями, які потрібно досліджувати та на передумови виникнення яких варто звернути увагу.

Для того щоб проаналізувати нинішній критичний стан Європи, потрібно прожити її життя та повернутись у часі на роки назад. Об'єднана Європа на сьогодні є однією із співзасновниць світового порядку. Та шлях до її створення був і залишається тернистим, нелегким. Об'єктивний розвиток міжнародних економічних зв'язків призводить до зростання об'єднувальних інтеграційних процесів, які не завжди та не для всіх учасників цих процесів є позитивними.

Упродовж багатьох тисячоліть формувалась європейська цивілізація, величезний вплив мав кожен етап її розвитку. Свій початок вона бере з давньогрецького мистецтва та науки, римського права та держави, релігії християнства. Європа є колискою сучасної світової цивілізації. Тут розпочався розвиток виробничих сил, що зумовили величезні можливості праці людини, раціональної організації виробництва. Становлення інституту власності, ринку, а також такої організації виробництва, як капіталістичне підприємництво, реалізувало величезний потенціал суспільної праці [3, 214—216].

Саме в європейських країнах вперше у світі виникла система обов'язкової освіти — спочатку початкової, а потім неповної середньої. Завдяки постійному зростанню загальноосвітньої та професійної підготовки робітників, у Західній Європі зосередився

основний контингент робочої сили. Важливе значення має накопичення у країнах Західної Європи капіталів, що є наслідком розвитку як внутрішньої, так і міжнародної економіки. Протягом багатьох сторіч європейські країни займали домінуюче становище у світовому економічному розвитку [3, 214—216].

Усі зазначені надбання культури та економіки зовсім не перекреслюють істотні розбіжності між народами, вони наклали свій відбиток на етнічну свідомість, національну психологію, поведінкову політику, економічну стратегію будь-якої європейської країни. У загальній течії своєї історії вони не тільки були поєднані між собою, а й дуже часто ворогували, воювали, створювали та руйнували політичні та воєнні коаліції, готували конфлікти та війни. Як наслідок цього — Європа стала нагадувати різнокольоровий майдан [3, 214—216].

Глобалізація суспільства охопила увесь світ, тому розширення Європи є необхідною умовою цього процесу, що включає в себе інтернаціоналізацію європейського континенту. На сьогодні досягнуто такого рівня міжнародного розподілу праці, що практично не залишилося країни, господарське життя якої було б ізольоване від зовнішнього світу, а економічні процеси обмежувалися лише національною державою. Зовнішня торгівля з відносно ізольованого сектору економіки, що

компенсує імпортом нестачу окремих видів ресурсів та товарів, перетворилася у необхідний елемент господарського життя. Дуже часто вона впливає на основні господарчі процеси, що включають динаміку виробництва, прискорення технічного розвитку та підвищення економічної ефективності. Але це має, як відомо, дві частини — позитивну і негативну, і лише час та історія показують, що переважає [2, 110—113].

Деякі географічні, головним чином природні фактори сприяли як з'єднанню, так і роз'єднанню країн Західної Європи. Найістотніші з них — недостатність багатьох видів мінеральних та інших ресурсів. Падіння використання вугілля порівняно з іншими видами палива, а також вичерпання багатьох європейських вугільних басейнів (наприклад у Бельгії та Франції), поява нових джерел енергії стрімко змінила ситуацію у паливно-енергетичному господарстві. Більшість західноєвропейських країн не мають власних великих родовищ нафти та природного газу та змушені імпортувати їх. Для зміцнення своїх позицій на світових ринках та поліпшення загального забезпечення природними ресурсами європейські країни потребують координації дій, чому має сприяти їх єднання. З цим пов'язане приєднання до Євросоюзу Польщі, якій належать багаті родовища вугілля [2, 110—113].

На розвиток кризового стану європейських країн вплинула і складна демографічна ситуація. Якщо розглядати історію цих країн, то слід відзначити, що часто зростання кількості населення змінювалось катастрофічним падінням народжуваності. Зауважимо, останніми роками — за період з 1913—2000 рр. — населення цих регіонів збільшилося лише у 1,7 раза, всіх розвинених країн — у 2,4 раза, а населення всього світу за цей час — у 4,0 раза. Яка ж частка у цьому показнику Європи? Коли кількість населення країн Латинської Америки збільшилась у 8,1 раза, в країнах Північної Африки, Близького та Середнього Сходу — у 12,3 раза, в Африці, що південніше Сахари, — у 13,8 раза. Низька народжуваність (1,74 дитини на жін-

ку у Великій Британії; 1,66 — у Франції; 1,26 — у Німеччині) призводить до скорочення чисельності населення у Західній Європі. У деяких державах (наприклад, Австрії, Німеччині, Данії) у певні роки спостерігалось абсолютне скорочення населення (смертність була вище народжуваності). Середньорічні темпи приросту населення у західноєвропейських країнах у 1991—2000 рр. становили 0,4 % (у тому числі Австрії — 0,0 %) [3, 214—216].

За розрахунками ООН, до середини ХХІ ст. кількість європейців знизиться з 12 % до 7 %. Населення країн Євросоюзу скоротиться на 18 %, особливо в Німеччині — з 80 млн до 67 млн, Італії — з 60 млн до 45 млн [3, 214—216].

Причини цього явища досліджують політики та економісти всього світу. Складність демографічної ситуації пов'язують з відмовою від традиційного укладу життя населення. Зростання духовного та інтелектуального потенціалу різних прошарків соціуму, широка участь жінок у суспільних виробництвах та соціально-економічних процесах призводить до свідомої обмеженості народжуваності (цьому також сприяють використання нових технологій контролю народжуваності та легалізація абортів).

Великий вплив на європейські демографічні ресурси мають еволюція сімейних відносин (пізній вступ у шлюб, обмеження кількості дітей, значна кількість шлюбних розлучень, зменшення легальних шлюбів, криза сім'ї, сексуальна революція), міжнародна міграція населення, зміни у національному складі мігрантів, що викликало багато проблем у політичній та соціально-економічній ситуації країн Західної Європи [4, 56—58; 5, 213—215].

Величезну роль у розвитку кризового стану в Європі зіграли, як не парадоксально це звучить, виробничо-технічний прогрес та інтернаціоналізація економіки, що призвело до нерівномірного розподілу доходів між окремими країнами та різними групами населення; нові представники ЄС, які за рахунок загальних фінансів мають намір та поліпшують свої економіки, потребуючи значних дотацій; неоліберальна революція — через скорочення

державного сектору уряд намагається підвищити економічну ефективність підприємств, зменшити бюрократизацію економіки, знайти можливості для поповнення державних фінансів, тому підприємницька діяльність держав скорочується і під впливом процесів економічної інтеграції; державні господарські об'єкти, що перебувають у руках федерального керівництва, керівництв земель та місцевої влади. Іноді частина акцій якогось підприємства належить федеральному керівництву, частина земельному, а інша частка — муніципалітету або громаді; підприємницькі функції держави зменшилися — перехід до нових форм регулювання економіки супроводжувався певним скороченням державного сектору — через продаж акцій на фондових ринках [2, 110—113].

Усе частіше в засобах масової інформації говориться про циклічну кризу у багатьох галузях економіки — часове скорочення темпів розвитку або загальний спад її зростання. Криза фінансової галузі розпочалася наприкінці ХХ ст., була заснована на зростанні міжнародних фінансів, які істотно перебільшували реальні сектори економіки Європи. Фінансові потоки ставали “потужними валютними штормами”, їх засновники намагались швидко збагатіти: здійснюючи різні валютні махінації та спекуляцію, вони мало хвилювались, як саме ці процеси позначаються на економіці країн ЄС. Спочатку криза охопила одну країну або групу країн Європи, де складаються найбільш сприятливі можливості для діяльності міжнародних фінансових спекулянтів. Та коли після вжиття в цих державах певних заходів за участю інших країн та міжнародних організацій, наприклад МВФ, стан стабілізується, хвиля кризи переходить в іншу країну. Усе це пов'язано з тим, що передумови кризи, фінансової нестабільності не можуть бути викреслені прийняттям часткових заходів. Протиріччя продовжують накопичуватись, та через деякий час криза виникає у новому місці. Показником фінансових труднощів є інфляційні процеси — у країнах зони євро в листопаді 2003 р. вона виросла до 2,2 % замість запла-

нованих 2,0 %. Після зниження темпів зростання цін на початку 2003 р., що дав надію європейським фінансистам, з серпня того самого року зростання цін почало прискорюватись — вгору пішли ціни на одяг, акцизи на тютюн та алкоголь. Зростанню міжнародної фінансової нестабільності сприяють і величезні розміри валютних операцій. Зростаюча по всьому світу загально-економічна та валютно-фінансова нестабільність яскраво проявилася у рості обсягів невиконаних зобов'язань, або дефолтів. Тільки за перші три квартали 2002 р. сталося 27 суверенних дефолтів (протягом 2001 р. — 28), загальна сума заборгованостей за якими досягла 133 млрд дол. США (у 2001 р. — 74 млрд дол.). У 2003 р. кількість дефолтів збільшилася. Величезні дефолтні борги ставлять під загрозу весь банківський сектор [2, 110—113].

Аналізуючи кризові зміни на фондовому ринку, слід також зауважити, що в результаті істотного зростання вартості усіх акцій та облігацій, що перебували в обігу на фондових біржах, з одного боку, був істотно підвищений річний обсяг ВВП багатьох західноєвропейських країн, але з другого — спостерігався різкий спад діяльності фондових бірж [1, 78—79].

Складовою сучасної економічної кризи в Європі є також зростаючі труднощі у страховій системі — період стрімкого економічного зростання змусив більшість страхових компаній зайнятись фондовим інвестуванням, пов'язаним з великими ризиками, пропонувати клієнтам якомога сприятливі умови та при цьому знижувати страхові вклади. Внаслідок цього надходження від страхових премій скоротилися настільки, що перестали приносити прибуток. Немає нічого дивного в тому, що при погіршенні загальної економічної ситуації більшість компаній зіштовхнулися зі складними фінансовими труднощами. Фондові активи швидко втрачали свою ціну, тоді як обов'язки перед клієнтами залишались такими самими.

Статистична картина змін, які відбуваються останніми роками, свідчить про уповільнення темпів зростання промислового виробництва в країнах Євросоюзу і навіть, у

ряді випадків, про скорочення його обсягів. Головним винуватцем погіршення ситуації є Німеччина, де фактично припинився ріст промислового виробництва [6, 30–32; 7, 15–17].

На початку XXI ст. погіршилася кон'юнктура економіки у ряді країн Євросоюзу: знизилися темпи економічного зростання, продовжує зростати безробіття, знижується рівень кваліфікованих трудових ресурсів, зокрема старіння населення та зменшення його чисельності [2, 110–113].

Головну небезпеку економісти та політики бачать у посиленні напруги на кредитному ринку, що робить все більш складним фінансування та рефінансування компаній [1, 78–79; 6, 30–32].

Кризові процеси в Європі посилили протиріччя і в міжнародних економічних та політичних відносинах. Майбутнє всієї світової економіки та політики залежить від політики керівників держав, від налагодження співробітництва в усіх країнах — членах ЄС та консолідації всього суспільства у розв'язанні актуальних проблем сьогодення. Потрібен з боку держав перегляд фундаментальних підходів до проведення їх внутрішньої та зовнішньої політики. Слід враховувати, що розширення Євросоюзу означає приєднання бідних країн, які потребують значних фінансових вливань у свої економіки. Платити, щоб довести відсталі країни до належного рівня, доведеться у першу чергу “старим” членам ЄС. Засновники Єврозони побоюються також напливу дешевої робочої сили зі щойно приєднаних держав.

Нині Євросоюз перебуває на історичному перехресті, що складається з трьох істотних проблем: скорочення демократичної бази, нездатність виділити свої кінцеві географічні межі, структурна безвихідь. Для того щоб подолати цю сукупність негативних явищ, потрібно створити єдине державне утворення, шлях до якого є у створенні однорідного суспільства на всьому просторі Євросоюзу. Іншими словами, всі держави, що входять до складу ЄС, мають сформулювати практично однакові соціальні, політичні та економічні структури. Створення такого союзу вимагає

значне збільшення бюджету ЄС за рахунок введення соціальних мит, які будуть виплачувати всі без винятку європейські підприємства, також має бути окреслена єдина індустріальна політика, створені загальноєвропейські політичні партії та розширені повноваження Європарламенту.

Вигідне та унікальне географічне положення України диктує необхідність проведення її різноспрямованої зовнішньої політики, сутність якої полягає у тому, що українська держава повинна впевнено рухати свій економічний вплив як на Захід, так і на Схід. Вступ у Європейську Асоціацію чи до Митного Союзу зіштовхує Україну з проблемою вибору географічної політики, який їй зовсім не потрібний. Вона здатна сама, використовуючи свій внутрішній потенціал, мобілізувавши власні ресурси, чітко та правильно вибудувати зовнішню та внутрішню економічну політику, використовуючи своє вигідне кліматичне та географічне положення, дати лад усім проблемам, які виникають на шляху її розвитку в усіх сферах існування. Україна не шукає односторонніх переваг, а відкрита до конструктивного діалогу та рівноправного взаємовигідного співробітництва з усіма державами-партнерами. Дуже важливо, щоб всі держави підтримували такий підхід.



Література

1. Авторханов А. М. Фондовий ринок у світовій економіці. — М.: Слово, 2002. — С. 245.
2. Гагаріна Г. Ю. Економіка Європейського союзу. — М.: Економіст, 2003 — С. 400.
3. Дюссонс П. Стратегічні альянси: Пер. з англ. — М.: Дрофа, 2003. — С. 370.
4. Європейський союз на порозі XXI ст. Вибір стратегії розвитку / За ред. Ю. А. Борко. — М.: Слово, 2001. — С. 60.
5. Зав'ялова Е. Міжнародні зливання. — К.: Рант, 2002. — С. 300.
6. Черніков Г. П. Європа на рубежі XX—XXI сторіч: Проблеми економіки. — М.: Дрофа, 2002. — С. 104.
7. Шемятенков В. Г. Європейська інтеграція. — М.: Міжнар. відносини, 2003. — С. 400.
8. Економічна, соціальна та політична географія світу. Регіони та країни. — М.: Дрофа, 2003. — С. — 120.

Стан Європейської політики та економіки залишається критичним. Цьому явищу сприяють складна демографічна ситуація, криза на промисловому виробництві, у галузі фінансів, на фондовому та кредитному ринках. Вихід із цього складного становища — у перегляді питань внутрішньої економіки та політики європейських країн, у налагодженні співробітництва між ними, а зовсім не в приєднанні нових держав, які тільки географічно розвивають Євросоюз.

Состояние Европейской политики и экономики остается критическим. Этому способствует сложная демографическая ситуация, кризис на промышленном производстве, в области финансов, на фондовом и кредитном рынках. Выход из этой сложной ситуации состоит в пересмотре вопросов внутренней и внешней экономики и политики европейских стран, в налаживании сотрудничества между ними, а вовсе не в присоединении новых государств, которые только географически развивают Евросоюз.

The state of European politics and economy and in our time there are critical. This contributes to the complicated demographic situation, the crisis on industrial production, in the field of Finance, the stock and credit markets. A way out of this difficult situation is revision of the internal and foreign policy and economy of European countries, configuring cooperation between them, and not in the accession of new States, which have only geographically develop the EU.

Надійшла 8 квітня 2014 р.