

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ФАКУЛЬТЕТ ІСТОРІЇ, ПОЛІТОЛОГІЇ ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

# **МЕДІАФОРУМ**

Випуск II

Збірник наукових праць

***Аналітика, прогнози,  
інформаційний менеджмент***

***Чернівці  
2014***

УДК [327:316.776](08)  
ББК 66.07+66.011.1я43  
М 442

*Друкується за ухвалою Вченої ради Чернівецького національного університету  
імені Юрія Федьковича*

#### **Рецензенти**

*Бебик Валерій Михайлович* – доктор політичних наук, професор  
*Дербеньова Лідія Вікторівна* – доктор філологічних наук, професор

#### **Редколегія випуску**

*Бойко Алла Анатоліївна* – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
*Бурдяк Віра Іванівна* – доктор політичних наук, професор  
*Василик Любов Євгенівна* – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
*Давидова Ірина Олександрівна* – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
*Добржанський Олександр Володимирович* – доктор історичних наук, професор  
*Кравченко Світлана Іванівна* – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
*Круглашов Анатолій Миколайович* – доктор політичних наук, професор  
*Кузнєцова Тетяна Василівна* – доктор наук із соціальних комунікацій, професор  
*Макар Юрій Іванович* – доктор історичних наук, професор  
*Марусик Тамара Володимирівна* – доктор історичних наук, професор  
*Осадця Іван Степанович* – кандидат політичних наук, доцент (відп. секретар)  
*Сич Олександр Іванович* – доктор історичних наук, професор  
*Поліщук Ігор Олексійович* – доктор політичних наук, професор  
*Ротар Наталія Юрївна* – доктор політичних наук, професор  
*Тихомирова Євгенія Борисівна* – доктор політичних наук, професор  
*Федуняк Сергій Георгійович* – доктор політичних наук, професор  
*Фісанов Володимир Петрович* – доктор історичних наук, професор (відп. редактор)

М 442 **Медіафорум** : аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент : зб. наук. праць. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. – Вип. 2-ий. – 272 с.

До другого випуску збірника увійшли статті науковців і молодих дослідників, присвячені актуальним проблемам сучасного інформаційного суспільства, зокрема практичним питанням розвитку соціальних комунікацій, а також підготовки аналітиків у сфері міжнародної інформації та міжнародних відносин. Збірка розрахована на спеціалістів у царині медіа, журналістів, держслужбовців, аспірантів, студентів, а також усіх, хто цікавиться сучасними міжнародними інформаційними відносинами та медіакомунікаціями.

УДК [327:316.776](08)  
ББК 66.07+66.011.1я43

**Адреса редколегії:** Кафедра міжнародної інформації, факультет історії, політології та міжнародних відносин, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, вул. Коцюбинського, 2, м. Чернівці, 58012, тел.: (0372) 525555, E-mail: ivosadtsa@yahoo.com

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	7
------------------------	---

### **ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО. МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ**

#### **Олександр Соснін**

Інформація в сучасному суспільстві: значення і вплив на суспільно-політичні процеси .....	8
---	---

#### **Павло Катеринчук**

Інтернет як чинник трансформації глобального медіаринку .....	16
---	----

#### **Іванна Макух-Федоркова**

Міжкультурне значення комунікації у контексті глобалізаційних процесів .....	34
--	----

#### **Іван Осадца**

Новітні тенденції на ринку Інтернет-реклами в Україні та світі: підходи до теми .....	45
---	----

#### **Оксана Звоздецька**

Правове регулювання ЗМІ у Республіці Польща .....	62
---	----

#### **Микола Лучак**

Еволюція політичного дискурсу Барака Обами під час виборчої кампанії 2008 року .....	76
--	----

#### **Яна Буга**

Імідж іммігрантів-мусульман у періодичних друкованих ЗМІ Франції ....	90
---	----

#### **Юлія Балицька**

Формування нової стратегії публічності в інформаційній діяльності ЄС .....	101
--	-----

#### **Вікторія Гатрич**

Особливості формування суспільно-політичного контенту на телебаченні: досвід європейських країн .....	117
---	-----

### **ПОЛІТИЧНА АНАЛІТИКА**

#### **Василь Карпо, Іван Осадца**

Особливості доступу до інформації в Україні в контексті прийняття нового Закону України «Про доступ до публічної інформації» .....	134
--	-----

#### **Владимир Блажко**

Интеллигенция и политическая элита: отношения без взаимности .....	146
--	-----

#### **Сергій Гакман**

Російсько-український конфлікт щодо територіальної приналежності Криму у контексті міжнародного права .....	158.
---	------

#### **Олександра Гісса**

Діяльність євроскептиків в Європейському парламенті: ретроспективний і сучасний виміри .....	172
--	-----

**Олексій Грушко**

Україна між об'єднаною Європою і Росією: актуальні проблеми відносин (за матеріалами друкованих ЗМІ) .....182

**Олександр Романенко**

Роль епістемічних спільнот в інформаційно-аналітичній діяльності ....193

**ДОКУМЕНТОЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ  
ДО СТОРІЧЧЯ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ**

**Володимир Фісанов**

«Чотирнадцять пунктів» президента США Вудро Вільсона: документознавчі аспекти .....208

**Євген Сахновський, Уляна Сахновська**

Чарльз Мастерман і заснування британського «Бюро воєнної пропаганди» .....225

**Наталія Нечаєва-Юрійчук**

Художня література як засіб пропаганди (на прикладі Першої світової війни) .....239

4

**РЕЦЕНЗІЇ**

**Ігор Недокус, Володимир Фісанов**

ОРІЄНТИРИ СПІВРОБІТНИЦТВА І ДРУЖБИ

**Рец. на:** Молдова – Беларусь: исторический опыт взаимодействия / авт. коллектив: Вячеслав Степанов, Светлана Прокоп, Михаил Кошелев [и др.]. – Кишинев: Издательство «Prag-3», 2012. – 452 с. ....248

**Олександр Романенко, Олена Шкробанець**

СЛОВНИК ЕКСПЕРТНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ДУМКИ  
ВІД ДАВНИНИ ДО СЬОГОДЕННЯ

**Рец. на:** Історія політичної думки: навч. енциклопедичний словник-довідник для студентів вищ. навч. закл. / За заг. ред. Н.М. Хоми [В. М. Денисенко, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.]. – Львів: Новий Світ-2000, 2014. – 766 с. ....256

**Володимир Фісанов, Кирило Фісанов**

НІМЕЧЧИНА У МОДЕРНІЙ ПОЛІТИЦІ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

**Рец. на:** Павлов Н.В. История внешней политики Германии. От Бисмарка до Меркель. – М.: Международные отношения, 2012. – 800 с. ....260

**ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ** .....268

## CONTENTS

<b>Foreword</b> .....	7
-----------------------	---

### INFORMATION SOCIETY. MEDIA COMMUNICATIONS

#### **Oleksandr Sosnin**

Information in Modern Society: Importance and Influence on Social and Political Processes .....	8
--	---

#### **Pavlo Katerynychuk**

Internet as a factor of the global media market transformation .....	16
--	----

#### **Ivanna Makukh-Fedorkova**

Intercultural Importance of Communication in the Context of Globalization Processes .....	34
--	----

#### **Ivan Osadtsa**

The Latest Trends in the Internet Advertising Market in Ukraine and Worldwide: Approaches to the Topic .....	45
---	----

#### **Oksana Zvozdetska**

Legal Regulation of the Media in the Republic of Poland .....	62
---	----

#### **Mykola Luchak**

The Evolution of Barack Obama Political Discourse during Election Campaign of 2008 .....	76
---	----

#### **Yana Buga**

Image of Muslim Immigrants in Periodical Print Media in France .....	90
--	----

#### **Yulia Balytska**

Formation of a New Strategy of Publicity in the EU Information Activities .....	101
--	-----

#### **Viktoriya Gatrych**

Peculiarities of the Social and Political Content Formation on TV: European Experience .....	117
---	-----

### POLITICAL ANALYTICS

#### **Vasyl Karpo, Ivan Osadtsa**

Peculiarities of Access to Information in Ukraine in the Context of the New Law of Ukraine "On Access to Public Information" .....	134
---	-----

#### **Vladimir Blazhko**

The Intelligentsia and Political Elite: the Relationship without Reciprocity ....	146
---	-----

#### **Serhiy Hakman**

Russia-Ukraine Conflict over Crimea Territorial Affiliation in the Context of International Law .....	158
--	-----

#### **Oleksandr Gissa**

Euroscaptics Activites in the European Parliament: Retrospective and Current Dimensions .....	172
--	-----

**Oleksiy Grushko**

Ukraine between United Europe and Russia:  
Relationship Issues (based on print media) .....182

**Oleksandr Romanenko**

The Role of Epistemic Communities in Informational  
and Analytic Activities .....193

**DOCUMENT STUDY RESEARCH DEDICATED TO THE CENTENNIAL  
ANNIVERSARY OF WORLD WAR I**

**Volodymyr Fisanov**

Woodrow Wilson’s “Fourteen Points” Speech: Document Study Aspects .....208

**Yevhen Sakhnovskiy, Uliana Sakhnovska**

Charles Masterman and Establishment  
of the British War Propaganda Bureau .....225

**Nataliya Nechayeva-Yuriychuk**

Fiction as Means of Propaganda (based on World War I) .....239

**6 REVIEWS**

**Igor Nedokus, Volodymyr Fisanov**

**GUIDELINES OF COOPERATION AND FRIENDSHIP**

**Review:** Moldova – Belarus: Historical Experience of Cooper /

Authors: Viacheslav Stepanov, Svetlana Prokop, Mikhail

Koshelev [et al.]. – Kishinev: «Prag-3», 2012. – 452 p. ....248

**Oleksandr Romanenko, Olena Shkrobanets**

**DICTIONARY OF EXPERT POLITICAL THOUGHT**

**FROM PAST TO PRESENT**

**Review:** History of Political Thought: Educational

Encyclopedic Dictionary for University Students / Editor –

N.M. Khoma [V.M. Denysenko, L.Ya. Ugryn,

G.V. Shypunov et al.]. – Lviv: Novyi Svit-2000, 2014. – 766 p. ....256

**Volodymyr Fisanov, Kyrilo Fisanov**

**GERMANY IN MODERN POLITICS:PAST AND PRESENT**

**Review:** Pavlov N.V. History of Germany Foreign Policy. From Bismarck

to Merkel. – M.: Mezhdunarodne otnosheniya, 2012. – 800 p. ....260

**ABOUT AUTHORS .....268**

## ПЕРЕДМОВА

Ось минув певний час і кафедра міжнародної інформації підготувала другий випуск Збірки наукових праць. Підготовка матеріалів відбувалася нелегко: автори (а значна їх частка це викладачі кафедр) поринули взимку і навесні у вир карколомних політичних подій, слідкуючи за їх перебігом й переживаючи за долю українців й України. Однак все-таки ми підготували цей другий випуск. Що ж його відзначає?

Матеріали збірки поділяються на три тематичні підрозділи. Перший пов'язаний із проблемами політичної комунікативістики й інформаційної сфери. У другому розділі зібрані матеріали, пов'язані з аналітичним осмисленням складних й неоднозначних політичних проблем сучасності. І, насамкінець, третій розділ присвячений історичній проблематиці, з урахуванням тієї обставини, що у цьому році на кафедрі відкрився новий напрям підготовки бакалаврів “Документознавство та інформаційна діяльність”. Зокрема висвітлені малодосліджені аспекти Першої світової війни, 100-річчя початку якої ми з сумом згадуємо цього року. Значна частка матеріалів підготовлена на оригінальних документальних джерелах які автори намагалися по-новому інтерпретувати.

У другому випуску збірки є також відділ рецензій, де опубліковано досить об'ємні наукові рефлексії на новітні видання, присвячені важливим ретроспективним й сучасним аспектам міжнародних відносин у регіоні Центральної і Східної Європи. Отже, рекомендуємо другий випуск наукових студій кафедри міжнародної інформації до уваги – усім зацікавленим читачам, молодим науковцям й спудеям наших університетів.

Колектив кафедри присвячує цей випуск *Світлій пам'яті* професора нашого університету *Олександра Дмитровича Огуя*. Його нахнення, творча вдача, доброзичливість й демократичність надихатиме нас усіх на осмислений і продуктивний науковий пошук незважаючи на складнощі й “об'єктивні обставини”, котрих у кожного науковця досхочу.

Відповідальний редактор  
проф. В.П. Фісанов

---

---

## ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО. МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

УДК:323.23

© Олександр Соснін

### ІНФОРМАЦІЯ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ЗНАЧЕННЯ І ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ

Стаття присвячена аналізу процесів розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в сучасних умовах. Автором підкреслена важливість використання комунікаційних практик у сфері державного управління. Вони також усе глибше проникають у сферу більш вузьких фахових інтересів багатьох соціально-гуманітарних та природничих наук. Зроблено висновок, що необхідно шукати нові, більш ефективні шляхи особливо при застосуванні новітніх регламентів роботи із ІКТ в управлінні суспільним розвитком, так і при тлумаченні норм нових законів у сфері інформаційних відносин у контексті глобальних викликів.

8

**Ключові слова:** розвиток ІКТ, державне управління, носії інформації, засоби обробки інформації, комунікаційні процеси.

Статья посвящена анализу процессов развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в современных условиях. Автором подчеркнута важность использования коммуникационных практик в сфере государственного управления. Они все глубже проникают в сферу более узких профессиональных интересов многих социально-гуманитарных и естественных наук. Сделан вывод, что необходимо искать новые, более эффективные пути в условиях применения новейших регламентов работы с ИКТ как в управлении общественным развитием, так и при толковании норм новых законов в сфере информационных отношений в контексте современных глобальных вызовов.

**Ключевые слова:** развитие ИКТ, государственное управление, носители информации, средства обработки информации, коммуникационные процессы.

*This article is devoted to the analysis of the development process of information and communication technologies (ICT) in the modern conditions. The author underlines the importance of communication practices applica-*



*tion in the public management area. They also penetrate deeper into the field of more narrow professional interests of many social and humanitarian sciences. It is concluded that it's necessary to look for new more effective ways especially during the application of new orders of ICT working in the management of social development and in the interpretation of the new laws in the field of information relations in the context of global challenge.*

**Keywords:** *ICT development, public management, media carrier, means of information processing, communication processes.*

В умовах швидких, головним чином, технологічних, змін в інформаційно-комунікаційному просторі України всі процеси комунікації в суспільстві постійно трансформуються і ускладнюються, вибудовуючи все нові й нові моделі взаємодії в системі «суспільство – влада». Все це обумовлює необхідність модернізації державного управління суспільним розвитком і якісне перетворення принципів, методів і форм управлінського впливу владних рішень в інформаційному просторі і в системі об'єкт-суб'єктних, суб'єкт-об'єктних, суб'єкт-суб'єктних відносин України. Слід визнати, що проблема використання інформаційних технологій в державному управлінні надзвичайно актуальна і багатогранна. Позначимо тільки деякі проблеми правового забезпечення процесів використання інформаційних технологій (ІТ) в державному управлінні, хоча, напевно, правильніше говорити про роль інформаційно-комунікаційних технологій, тому що саме телекомунікації (інфраструктура зв'язку), які забезпечують доставку інформації, є так би мовити «кровоносною системою» державного управління. Вони відбивають у собі багатовимірний комплекс інваріантних, тобто, незалежних від змін умов, характеристик, які або послаблюють, або посилюють ціннісну домінанту гуманістичного змісту всієї парадигми інформативно-комунікативних відносин у сфері державного управління. Єдиний інформаційний простір органів державної влади означає використання сумісних інформаційних технологій, загальні вимоги до формування інформаційних ресурсів і взаємний доступ до них з урахуванням обмежень, що накладають правовими режимами інформації, установленими в цих органах. У цьому зв'язку виникають проблеми як відновлення державної політики в цій сфері, так і створення адекватної нормативної правової бази. Причому важливо визначитися в рівні правового регулювання. На

рівні закону (найімовірніше в різних законах) необхідно закріпити обов'язки органів влади й органів місцевого самоврядування по використанню ІТ, створенню загальнодоступних інформаційних ресурсів і наданню інформації (інформаційному обслуговуванню) фізичним і юридичним особам на новій технологічній базі. Крім того, необхідно законодавчо закріпити всі правові режими безпеки інформації з обмеженим доступом, а також інформації, доступ до якої не може бути обмежений. Необхідно продумати питання збереження загальнодоступних і інших інформаційних ресурсів органів влади, створених з використанням ІТ, з урахуванням технічного прогресу в цій сфері, у результаті якого удосконалюються формати надання інформації, носії інформації, засоби доступу й обробки інформації. Треба сказати, що в умовах обмеженого правового регулювання загальних питань використання ІТ у сфері державного управління, в окремих сферах суспільного життя ці питання пророблені з різним ступенем деталізації. Найбільш давню історію має використання в діяльності органів державної влади автоматизованих систем правової інформації.

10

Досить часто спостерігається випадковість, а тому і вимушена непрозорість, контактів між державою і суспільством, еkleктичне сполучення ідеологічних і позаідеологічних засобів символізації в названій сфері створює багато труднощів в розумінні всіх процесів організації інформаційно-комунікаційного простору України. Прикладом однієї з найважливіших і вкрай негативних тенденцій може бути потужна хвиля міфологізації нашої історії, сплеск ірраціоналізму й містики, безпрецедентні за своїми масштабами нападки на раціональні форми ведення господарства.

Демонструючи повну безпорадність людини перед викликами та загрозами глобальних економічно-фінансових, екологічних криз, вихід із яких можливий тільки на основі науки, найняті ними сучасні оракули постійно ведуть через засоби масової інформації «пошук» шляхів і методів стабілізації на підставі міфологем (міфоподібних, квазіміфологічних структур), закріплюючи їх у масовій свідомості (фольклорні, літературно-художні образи, розхожі стереотипи повсякденної свідомості), тиражують свої висновки у рекламі. Здається, що влада усунулась від проблем знаходження оптимального балансу між потребою змін та збереженням цілісної системи управління суспільним розвитком ме-

тодами, які притаманні традиції розвитку держави. В таких умовах виникає загроза згортання діалогових обмінів між владою і суспільством, і тут багато що починає дедалі більше залежати від рівня комунікативної компетентності державних службовців, якості надання ними інноваційних рішень в управлінні, механізмів і інструментів щодо управління накопиченим державним апаратом ресурсом знань і інформації, спроможності адекватно реагувати на вимоги соціальних викликів, притаманних інформаційній добі розвитку. Відсутність такої компетенції в організації публічної влади вже перетворила всю систему нашого державного управління у важкокеровану, а тому часто вводить її у стан нерівноваги, змушує позбуватися фундаментального підґрунтя, перетворюючи всі процеси легітимації, тобто, підтвердження законності будь-якого права або повноваження управлінського впливу в нашому розширеному суспільстві в хаотичні дії. Шляхи протистояння викликам і загрозам, що постають перед Україною у процесі глибокої модернізації сучасного економічного і суспільно-політичного розвитку, слід шукати у нових підходах до управління суспільним розвитком і нових моделей взаємодії між різними гілками влади та державою і громадянами, які пропонують через новітні ІКТ свої потреби і можливості оперативно доводити через інститути громадянського суспільства змістовну управлінську інформацію до відома громадян і суспільства в цілому. Взагалі аналіз еволюції парадигм організації сучасного державного управління в Україні свідчить, що його ефективність завжди була залежна від залучення до процесу прийняття та реалізації політичних і економічних рішень осередків громадянського суспільства, яке починає дедалі більше унааявлювати державу, особливо, сьогодні, в час великих криз і потрясінь. Саме тому нам конче потрібна всебічна та радикальна реформа науки про публічне управління суспільним розвитком через комунікативні процеси.

Використання ІКТ у всіх сферах життєдіяльності держави загострює проблему забезпечення інформаційної безпеки, оскільки підвищується рівень зовнішніх і внутрішніх загроз, спрямованих на порушення роботи систем і мереж зв'язку, несанкціонований доступ до захищеної законом інформації, поширення шкідливих програм. Частина цих загроз реалізується при створенні інформаційних систем органів державної влади з ви-

користанням неліцензійного програмного забезпечення, а також несертифікованих програмно-технічних засобів іноземного виробництва, що мають недеklarовані можливості. Запобіганням таких загроз може послужити заборона використання подібних засобів в органах державної влади, на небезпечних й особливо небезпечних об'єктах, зокрема у важливих і режимних об'єктах і в інших сферах, де порушення системи управління, заснованої на ІКТ, може спричинити серйозні наслідки для людини, суспільства й держави. Дуже важливо, щоб широка громадськість була інформована про факти зазіхання на ІКТ в органах державної влади й про комп'ютерну злочинність у цілому, а також про відповідальність правопорушників.

12

Можна сказати, що сьогодні сама суть конфлікту між народом і владною елітою полягає у недовірі до легітимності засобів подання змістовної інформації і дій останньої. Народ відчуває, що еліта нав'язує через свої політичні утворення, сформовані за межами України, мету нашого поневолення і засоби її досягнення. Саме тому вкрай актуальною для нашого позитивного розвитку стає прийняття Закону України про проведення референдумів. Державна політика має слідувати у фарватері народних настроїв і вимог – в цьому її сенс, безумовно, Закон про референдуми по народній ініціативі вимагатиме змін до Конституції України.

Першим законом, який залучив всіх нас до активного обговорення цієї виключно актуальної для сучасного суспільства теми став Закон України «Про доступ до публічної інформації» [1]. Він окреслив питання логічності і законності існуючих регламентів правил поведіння із змістовною інформацією і, зокрема, доступу громадян до інформації владних структур. Він вперше окреслив контури проблем надання доступу громадян до інформації, якою користуються можновладці при прийнятті управлінських рішень. Важливо, що із наголосом на визнання її публічною, тобто, такою, що належить суспільству. Саме з таких позицій закріплено у нашій Конституції, ст. 34, право громадян України на інформацію.

Всі наші закони в сфері інформаційних відносин, приховування владними структурами інформації, до того ж такої, яка має загальне або публічно-національне значення, розглядають як ознаку протиправних дій влади, оцінюються як шахрайство, змова або навіть підривна діяльність державно-управлінських структур (апарату),

аж до такої кваліфікації вчинку, як зрада Батьківщині. Вони проголошують право громадян вільно шукати, отримувати, передавати (продукувати, генерувати) і розповсюджувати інформацію всюди, таких окремих законів і підзаконних актів у нас існує багато, настав час їх значною мірою упорядкувати і модернізувати. Однак, на жаль, і багатотисячолетня традиція їх застосування, головним чином, силовими структурами, свідчить, що спеціальні закони у суспільно-політичних відносинах в сфері інформаційної діяльності подовжують постійно і безсистемно напрацьовуватися. Тут і Цивільний Кодекс, і закони про авторське право й суміжні права, окремі правові акти, за допомогою яких владні структури намагаються враховувати специфіку інформаційних послуг як об'єкта правового регулювання. Щоб все це вивчити, проаналізувати, зробити правильні висновки потрібен час і воля суспільства розпочати таку роботу.

Право громадян на інформацію всюди, як правило, декларується, практично без обмежень, і в будь-якій формі. Фактично всі розвинені країни світу, спираючись на досвід законодавців США і їх закон «Про свободу інформації», не мають особливих правових проблем щодо оголошених прав громадян про доступ до джерел змістовної інформації. Відкритий із другої половини 80-х років минулого століття вільний і фактично безкоштовний доступ до інформації через Інтернет зіграв тут найважливішу роль. Це, зокрема, сприяло становленню в Україні засад сучасної демократії і, як наслідок, нових інформаційно-комунікативних зв'язків орієнтованих на розбудову демократичного громадянського суспільства.

Всюди в світі процеси розвитку демократії, відбувається виключно на тлі бурхливого розвитку новітніх інформаційно-комунікаційних технологій і кардинальних змін по відношенню суспільства до самого поняття «інформація», хоча загального визначення його поки ще не існує. Поняття «інформація» по своїй суті є вкрай дискусійним. У кожній сфері знання це розуміється по своєму, що приводить до того, що саме поняття багатьма починає сприйматися інтуїтивно. Незважаючи на великий потік спеціальної літератури, проблема визначення поняття, яке б відбивало й розкривало найбільш загальні й істотні властивості інформації, і сьогодні воно залишається предметом багатьох наукових і філософських дискусій. Так, визначення, запропоноване Н. Вінером, розглядає інформацію як категорію ідеального порядку, як категорію розу-

мову: «Інформація – це позначення змісту (сенсу), отриманого із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього й пристосовування до нього наших почуттів» [2]. Його, звичайно, важко назвати вичерпним, тому що воно має певно антропологічний відтінок. Дана дефініція, по суті, близька до спроб розкрити категорію «інформація» через взаємодію об'єкта будь-якої природи із зовнішнім середовищем. Інформація – це пояснення, навчання (знання), якісь відомості. Його не можна змішувати поняття «інформації» з поняттям «дані», що більше дає уявлення про представлення фактів і ідей у формалізованому вигляді, придатному для передачі й обробки в деякому інформаційному процесі. Інформацію можна було б охарактеризувати і як категорію, що позначає зміст комунікації. Тобто, результат відбиття зміни стану об'єкта, зміни його організації за рахунок впливу «повідомлення» із зовнішнього середовища. Поява комп'ютера в системі передачі інформації обумовлює ще більш глибоку інтеграцію змісту (сенсу) цього поняття. Активізувавши всі процеси у взаємодії суб'єктів державного і соціального управління суспільства, новітні ІКТ змусили всюди активно встановлювати нові інформаційні правовідносини, оскільки економіка, політика, військова сфера та все інше занадто тісно переплелось у світовому інформаційному просторі.

14

Всі новітні досягнення в розвиткові комунікативних властивостей суспільства ставлять питання про право громадян на інформацію, і вони стають найбільш вагомими в парадигмі проблем суспільного розвитку. Так, ступінь інформованості населення стає не просто умовою свободи людини в суспільстві, але й обумовлює її участь в управлінських діях влади. Саме тому приклад останньої виборчої кампанії ми можемо розглядати через призму того, що поява нових парламентських партій віддзеркалює потребу українського народу у розширенні своїх інформаційних джерел, народ хоче знати більше і через нові партії вводить в національний інформаційний простір по новому сформовані джерела змістовної інформації про кадрове наповнення владних структур, про те, як має і як розвивається Україна, про становлення держави, структур громадянського або демократичного управління, щоб не допустити до управління країною не тільки олігархів, які своєю вдачею захопили економічну владу в країні, а й їх нащадків, які вже виховані на підґрунті інших культур.

Багато в чому прогрес в розвитку інформаційної свободи громадян у нас поки що лише декларується. Підвищення ролі громадян в організації державного управління немає і насправді все набагато складніше. Сьогодні активного застосування набувають технології системного впливу інформаційно-комунікативної діяльності на психіку і поведінку людини [3]. Безумовно, навіть просте розуміння таких проблем свідчить про розвиток демократичних засад в нашому суспільстві і є дієвим стимулом для формування досконалих юридичних норм поведінки представників владних структур із громадянами, але поки що високий рівень правового нігілізму громадян і низький рівень авторитету державної влади і довіри до неї процес стримує. Ми бачимо, що поки що умов для розвитку системи інформаційної толерантності в Україні немає, а причиною є те, що наші громадяни не стають повноцінними суб'єктами процесів прийняття владних рішень. Це, у свою чергу, не дозволяє і самій владі підвищувати вимоги до себе як до відповідального постачальника повної і змістовної інформації суспільству, використовувати її в якості повноцінного інвестиційного ресурсу розвитку.

В житті нашого сучасного суспільства віддзеркалюються дві сторони одного процесу – розрив між реальним життям і існуючим правом, який, на жаль, збільшується. І тут треба визнати, що взагалі нормативістська теорія права, як і політика наведення порядку «зміцненням» законності, спираючись виключно на кримінально-правові заходи в суспільстві, яке веде активно пошук шляхів демократичного розвитку і активно розвивається, буде постійно потерпати від кризи.

#### **Джерела та література:**

1. Закон України про доступ до публічної інформації від 13 січ. 2011 р., № 2939-VI // Відом. Верхов. Ради України. – 2011. – № 32. – Ст. 314.
2. Винер Н. Человеческое использование человеческих существ: кибернетика и общество // Винер Н. Человек управляющий. – СПб., 2001.
3. Соснін О.В. Інформаційно-комунікативна компетентність громадянина в процесах формування громадянського суспільства // Віче, журнал Верховної Ради України, № 20 (329), 2012. – С. 22-26.

## ІНТЕРНЕТ ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОГО МЕДІАРИНКУ

Стаття присвячена питанню впливу Інтернету на світовий ринок ЗМІ. Поширення Інтернету і збільшення числа своїх постійних користувачів призводить не тільки до зміцнення його позицій, але і безпосередньо впливає на сучасний медіа-ринок, створює нові медіа-послуги. Сучасні технологічні досягнення і популярність Інтернету, викликають на медіа-ринку серйозні зміни, конвергенцію традиційних засобів масової інформації та нових медіа, і як наслідок – трансформацію глобального медіа-ринку. Науково-технічна революція, яка почалася з появою персональних комп'ютерів і мобільних пристроїв, які легко підключаються до Всесвітньої мережі, породила ряд нових послуг, таких як соціальні мережі, віртуальну комунікацію і соціалізацію. Явище нових соціальних медіа, які працюють на принципах технології Web 2.0, дозволяючи споживачам взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, обмінюватися інформацією, визначають нові можливості обміну інформацією, створили нові можливості віртуальної комунікації, яка зараз є частиною нашого життєвого простору.

16

**Ключові слова:** Інтернет, Web 2.0, поширення Інтернету, ЗМІ, офіційні сайти.

Статья посвящена вопросу о том, как Интернет влияет на мировой рынок СМИ. Распространение Интернета и увеличения числа своих постоянных пользователей приводит не только укреплению его позиций, но и непосредственно влияет на современный медиа-рынок, создает новые медиа-услуги. Современные технологические достижения и популярность Интернета, вызывают на медиа-рынке серьезные изменения, конвергенцию традиционных средств массовой информации и новых медиа, и как следствие - трансформацию глобального медиа-рынка. Научно-техническая революция, которая началась с появлением персональных компьютеров и мобильных устройств, легко подключающихся к сети, породила ряд новых услуг, таких как социальные сети, виртуальную коммуникацию и социализацию. Явление новых социальных медиа, которые работают на принципах технологии Web 2.0, позволяя потребителям взаи-



*моделировать, сотрудничать, общаться, обмениваться информацией, определяют новые возможности обмена информацией, создали новые возможности виртуальной коммуникации, которая сейчас является частью нашего жизненного пространства.*

**Ключевые слова:** Интернет, Web 2.0, распространение Интернета, СМИ, официальные сайты.

*An article deals with the question of how the Internet influences the global media market. The spread of the Internet and increasing the number of its regular users leads not only to strengthen his position, but also to transform the modern media market, new media services. Modern technological achievements and popularity of the Internet causing quite tangible media market changes, the convergence of traditional media and as a result - the transformation of global media market. The technological revolution that began with the advent of personal computers and mobile devices accessing the network, has generated a number of new services, like social networking, virtual space communication and socialization. The phenomenon of new social media which operate on the principles of technology Web 2.0, allowing consumers interact, collaborate, communicate, share information, identified opportunities and exchange of information has created a virtual bases communication, which is now part of our living space.*

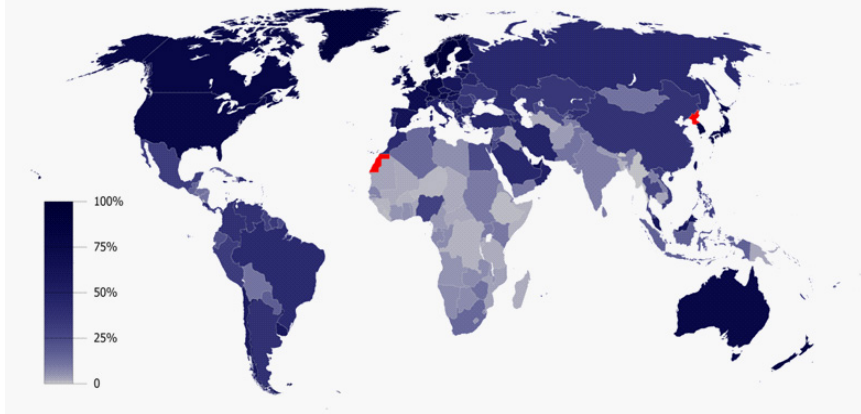
**Keywords:** Internet, Web 2.0, Distribution Intenet, Media, official sites.

Інтернет (від англ. Internet) — всесвітня система взаємополучених комп'ютерних мереж, що базуються на комплекті Інтернет-протоколів. Саме таке традиційне визначення мережі існує вже кілька десятків років, проте за останнє десятиліття мережа Інтернет усе більше набуває рис не лише всесвітньої павутини, але й нового комунікативного засобу, нового віртуального середовища, засобу масової комунікації для спілкування, навчання, бізнесу тощо. Не дарма все частіше Інтернет вживається і з малої літери, що можна пояснити паралелями з термінами «радіо», «телебачення», які пишуть з малої. Нині до мережі переходять ЗМІ, комерція, сервіси міжособистісного спілкування. Зростає число інвестицій в інтернет-проекти, збільшується ринок інтернет-реклами. За даними Міжнародного союзу електрозв'язку, до кінця 2014 року у світі нараховуватимуть майже 3 мільярди користувачів Інтернету, серед яких, дві третини будуть припадати на країни що розвивають-

ся [8]. А поки, більша кількість користувачів мережі проживають у високорозвинених державах світу (див. рисунок 1).

Рисунок 1

**Рівень проникнення користувачів мережі Інтернет у світі**



18

Джерело: [14].

Поширення Інтернету та збільшення числа його постійних користувачів призводить не лише до зміцнення його позицій, але й до трансформації сучасного медіаринку, появи нових медіасервісів.

До прикладу, ще 75 років тому газетний бізнес був дуже конкурентним, лідерами ринку могли бути тільки кілька найбільших газет. У 40-х роках ХХ ст. з'явилось телебачення, забравши 15% обсягу реклами в друкованих ЗМІ [35]. Із появою 24-годинного інформування на телебаченні ранкові газети стали застарілим джерелом інформації, що означало поступове зменшення їх ролі. Згідно дослідження 2007 року Дж. Коула, молодь віком від 12 до 25 років ніколи не читатиме газет [26, с. 47]. Схожі припущення має Ф. Меер: з огляду на стрімкий розвиток інформаційних технологій, остання американська газета може бути надрукованою у 2040 році [26, р. 48]. Медіамагнат Р. Мердок, зважаючи на той факт, що у 2008 році американські газети втратили 10-30% свого прибутку, припустив, що невдовзі деякі газети ризикують назавжди зникнути. Він також зробив припущення, що через десять років Інтернет-видання будуть прибутковішими за друковані ЗМІ, однак до того часу потрібно розвивати їх економічну модель [21, с. 112]. Наразі Інтернет-реклама приносить не більше 10% доходів і відмовляється від друку газет не вигідно, з іншого боку – привабливість друкованих ЗМІ

для читачів та рекламодавців стрімко знижується.

Змінився також і характер взаємодії традиційних ЗМІ та Інтернет-ЗМІ. Зокрема М. Маклуен колись сказав, що нові ЗМІ починають свою діяльність із використання матеріалів старих ЗМІ [32]. Наприклад, радіоведучі спочатку зачитували вголос матеріали газет, однак з часом почали створювати свій власний контент. Так само й Інтернет-ЗМІ мають тенденцію з часом абстрагуватися від формату друкованих ЗМІ. Більше того, саме вони поступово стають головними каналами розповсюдження новин.

Новинні ринки сьогодні трансформуються. Географічний і технологічний розриви, а також домінування національних агентств зникають. Поява агрегаторів новин та іноземних джерел означає, що змагання за те, щоб бути першим джерелом новин, посилюється і набуває міжнародного характеру. Сприяють цьому і нові протоколи мережі, наприклад RSS (Really Simple Syndication (RSS 2.0) Rich Site Summary (RSS 0.91, RSS 1.0) [29], чи Push-повідомлення.

В Інтернеті відбувається конвергенція ЗМІ, тобто поєднання різних засобів представлення інформації одночасно. Новинні веб-сайти презентують не тільки текст і фотографії, але і розміщують відео. Дослідження 80 американських газет показало, що у 1997 році лише 7% новинних сайтів мали відео-контент і 16% аудіо, у 2003 році 44% мали і те, й інше, а з 2005 року це стало певним неписаним стандартом [23, с. 76]. У 2007 році 37% користувачів Інтернету сказали, що дивились відео-новини онлайн. Така конвергенція ЗМІ не є випадковою, швидше вона навіть є закономірною. З появою нових електронних пристроїв та бездротового Інтернету, цей процес значно пришвидшився.

До прикладу, корпорація Епл (Apple) котра здійснила революцію на ринку мобільних пристроїв, випустивши на ринок свої планшетні комп'ютери Айпед (Ipad), котрих вже продали у кількості 225 млн. шт. [2], не лише змусила переглянути традиційний підхід до користування ПК, але й прискорила розвиток нових соціальних медіа, новинних ресурсів та сервісів, котрі тепер стали доступними у режимі реального часу. Популярність планшетних комп'ютерів зумовила обвал продажу стаціонарних ПК та серйозно похитнула позиції ринку ноутбуків. Якщо ж до цього ми додамо успіхи найпопулярнішого в історії смартфона від цієї ж компанії – Айфона (Iphone), якого продали вже понад 500 млн. штук [36], стає

зрозумілою інтенсивністю та популярністю розповсюдження нових засобів комунікації. Зауважимо, що вказані приклади технологічного прориву від корпорації Apple стали поштовхом до виробництва аналогічних чи інших продуктів і сервісів таких технологічних гігантів як Google, IBM, Microsoft, Samsung, Facebook та нових китайських компаній на кшталт Lenovo, Huawei, Xiaomi тощо. Це, у свою чергу, призвело до суттєвих змін на ринку як мобільних пристроїв та комп'ютерів, так і у середовищі ЗМІ, нових медіапродуктів та сервісів, серед яких можемо назвати соціальні мережі, онлайн версії газет і журналів, новинні ресурси, онлайн-банкінг, інтернет-телебачення, інтернет-радіо, численні месенджери (сервіси миттєвого обміну повідомленнями, що працюють у мережі Інтернет) і т.п.

20

Нині ринок IT-послуг та нових медіа став настільки потужним, що за рейтингом найдорожчих брендів світу перші 4 позиції займають саме компанії-виробники електроніки та програмного забезпечення, зокрема вже згадані Google, Apple, IBM, Microsoft, а в десятці загалом лише 2 компанії представляють харчовий бізнес (McDonalds, Coca-Cola) [12]. Показово, що з 10 найдорожчих брендів, дві компанії є власне найпопулярнішими у світі соціальними мережами (Facebook, Twitter) і лише один бренд не є власністю громадян США.

Традиційно виробництво новин було дорогим, що призводило до домінування великих агенцій, які мали переваги в технічному плані. Однак легкість і дешевизна створення онлайн-контенту змінила правила медіа-ринку: актуальною є не конкуренція технічних потенціалів, а конкуренція за увагу читачів [22, с. 27]. Саме тому досить звичною практикою для популярних Інтернет-видань є ведення сторінок у соціальних мережах типу Facebook і Twitter. Так само, блогери складають конкуренцію газетам, займаючи місце місцевих кореспондентів.

Е. Шмідт, виконавчий директор Google, описує, як він уявляє газету у 2015 році: газети і журнали в високій роздільній здатності на невеличкому пристрої миттєво завантажуються, пристрій знає вподобання користувача і, відповідно до них, підбирає новини, за необхідності – автоматично перекладає їх, до пристрою автоматично прикріплена платіжна карта для легкості оформлення платних підписок [30].

Із приходом XXI ст. економічна модель ЗМІ перейшла від моделі «змісту» до моделі «гіперпосилань» [27, с. 33]. Відповідно до нової економічної моделі, видання повинні створювати унікальний контент, який має очевидну цінність і який користувачі можуть знайти за допомогою Google, що дасть змогу власнику контенту отримувати прибуток шляхом розміщення реклами.

Із зростанням популярності онлайн-новин низка сайтів взялися за впорядкування множини новин в Інтернеті. У 2002 році було запущено Google News, і обсяг реклами у друкованих ЗМІ став поступово знижуватись. У 2005 році Google News зібрав 5.9 млн. користувачів за місяць, у 2006 році сайт посів 10 місце у світі за відвідуваністю [23, с. 51]. У 2007 році обсяг реклами у американських газетах знизився на 9.4% за рік, порівняно із 2000 роком – на 20% [21, с. 34]. Одночасно із поступовим зменшенням тиражів і доходів від реклами відбувалось поступове збільшення кількості користувачів новинних сайтів: Google News, Yahoo News, The Huffington Post та Gawker.

Згідно дослідження Дж. Кеннеді, директора із стратегічного планування Associated Press, прибутки американських газет у 2007 році склали 60 мільярдів доларів, з яких 4 мільярди доларів припало на Інтернет-рекламу [21, с. 34]. Відмова від друку і продажу газет теоретично може означати скорочення витрат на 60-80%. Однак, наразі тільки такі авторитетні видання, як Wall Street Journal та Financial Times, можуть дозволити собі платні підписки для користування веб-сайтом і отримувати прибуток.

Якщо у 2009 році 50% відвідувачів новинних сайтів переходили із закладок, 20-25% із пошукових систем і 30-35% із різних сторінок, то у 2012 році тільки 25% із закладок, 30-35% із пошукових систем і решта – переважно із соціальних мереж [33].

Саме розвиток соціальних мереж нині змушує традиційні ЗМІ переходити на нові засоби і техніки передачі новин, поширюватися у мережі Інтернет. Більше того, нові технологічні можливості розповсюдження інформації мають для традиційних ЗМІ низку переваг. Насамперед варто вказати на швидкість розповсюдження інформації. З появою і поширенням смартфонів та планшетів на операційних системах Android, IOS та Windows Mobile користувачі отримали можливість блискавичного доступу до інформації, новин. Окрім цього, ускладнився і самий контент новин, їх на-

повнення, різноманітність. Візьмемо, до прикладу, добре відомий та авторитетний у світі журнал National Geographic. Його друкована версія досі користується неабиякою популярністю, проте з появою електронної версії журналу для вже згаданих мобільних версій ОС, де окрім власне текстової версії доступні також відео у високій якості видання наче здобуло друге дихання.

22 — Нині чимало авторитетних та популярних ЗМІ дублюють свій контент у електронних ЗМІ, насамперед у мережі Інтернет, адже дедалі більше споживачів медіапродукції, особливо молоді, проводять свій вільний час, спілкуються, працюють у мережі. Цю тенденцію одразу ж відчули і підхопили політики, про що свідчить їх проникнення і участь у соціальних мережах, блогах, форумах тощо. Виборча кампанія Президента Обама стала першою ластівкою, котра засвідчила досі недооцінений масив користувачів мережі з точки зору можливостей політичного маніпулювання. Виборчий штаб кандидата у президенти Б.Обама приділив значну увагу роботі з соцмережами і блогами, для того аби кожний американець міг відчути свою пряму приналежність до формування політики майбутнього президента, або ж принаймні повірити у те, що політик почув його.

Виборчі кампанії 2010-2012 років в Україні лише підтвердили цю тенденцію, адже практично усі кандидати у Президенти 2010 року та політичні партії й мажоритарники, що висувалися у депутати до Верховної ради України 2012 року використовували мережу Інтернет у агітаційних та пропагандистських цілях. Проте ці виборчі кампанії не йдуть ні в яке порівняння з подіями в Україні кінця 2013 – початку 2014 року. «Революція гідності» або «Євромайдан» не лише зумовили повалення режиму Януковича й остаточну переорієнтацію держави у європейському напрямі, але й вкотре засвідчили потужність медійної складової політичного процесу. Очевидно, що на переосмислення цих подій потрібен час, але вже зараз можна стверджувати, що саме нові соціальні медіа стали плацдармом протестної комунікації, джерелом поширення та обміну інформації для громадян, котрі шукали альтернативи підконтрольним державній владі ЗМІ та російській пропаганді. Зрозуміло, що без великої кількості користувачів Інтернетом таке явище не могло б відбутися. За оцінками компанії «Mind Factum group» кількість постійних користувачів мережі в Україні сягнула позначки двадцять-

ти мільйонів, а рівень проникнення – 45% [3]. Порівнюючи з даними попередніх років, можна говорити про суттєве збільшення ролі Інтернету в житті українців. Разом з тим фахівці Інтернет Асоціації України стверджують, що переважна кількість постійних користувачів мережі – це жителі великих міст (20% – Київ) і, як результат, в Україні присутня цифрова нерівність між великими містами та селами [7].

Таким чином, сьогодні Інтернет є одним із основних джерел політичної інформації серед політично активних громадян. Він набуває дедалі більшої популярності та стає потужним агентом впливу на політичну свідомість і поведінку людей, особливо молоді. Мережа продукує нові потреби та очікування, змінює структуру інтересів і цінностей, створює новий тип життєдіяльності, впливає на соціальне розшарування суспільства, створюючи непропорційне представництво окремих ідей, політичних сил тощо.

Інститут Горшеніна провів соціологічне опитування на тему «Для чого Вам необхідний доступ до Інтернету? (відповідають лише користувачі Інтернету)» та отримав цікаві результати: 65,8% відповіли для пошуку різного роду інформації та 39,6% – аби слідкувати за новинами, подіями у світі та в країні [17]. При цьому на запитання «Яким чином Ви визначаєте, якій інформації в засобах масової інформації можна довіряти?» більша половина відповіла, що самостійно аналізують інформацію різного характеру (60,2%) [16].

Найпотужнішими з каналів передачі інформації в Україні у мережі є офіційні сайти телеканалів та їхніх новинних програм, і, звичайно, інформаційні портали. Так, сайт новинної програми телеканалу «1+1» – «ТСН», кожного дня переглядають близько 650 тисяч користувачів, в основному українці – 66,9% [1]. Новинний сайт «ТСН» представлений у соціальних мережах, зокрема у «ВКонтакте», кількість «підписників» якого становить майже 891 тисяча користувачів [13].

Крім того, варто згадати сайт «Кореспондент», кількість користувачів якого складає більше мільйона в день, причому 90% – з України [1]. Чимале значення мають електронні періодичні видання та електронні версії популярних газет, зокрема «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Лівий берег», «День» «Цензор.нет» тощо.

Суспільно-політичні перетворення в Україні 2013-2014 року також засвідчили величезний вплив соціальних мереж (Facebook,

Twitter, VKontakte) на формування політичної думки громадян, насамперед молоді й політично активних українців середнього та старшого віку. Фактично Інтернет перетворився для українців у глобальну плюралістичну медіамережу, котра поєднує мільйони користувачів і тисячі інформаційних ресурсів. З огляду на це, можна говорити про Інтернет як про середовище політичної соціалізації громадян. Українська дослідниця Ганна Коваль зазначає, що у політичній науці поняття соціалізації досліджується головним чином у двох аспектах: по-перше, з погляду теорії політичної соціалізації, що описує й пояснює як відбувається соціалізація індивідів у політичному середовищі – це специфічна сфера загальної теорії соціалізації. І, по-друге, з позицій теорії політичної соціалізації, найменше розробленої в політичній науці. Її предметом є вивчення можливостей застосування категорій загальної теорії соціалізації до аналізу політичних систем [9]. Тому, розглядаючи Інтернет як чинник політичної соціалізації, потрібно враховувати, що повідомлення у ньому, у тому числі й політичні, формуються переважно під впливом свідомості та поведінки великих груп користувачів. Ключова відмінність Інтернет-ЗМІ від традиційних медіа полягає у форматі самої мережі, котра створює швидкий та вільний доступ до величезної кількості інформації, у тому числі, про діяльність владних структур, дає свободу слова, свободу організацій та зібрань інформації, сприяє плюралізму думок тощо [5].

Водночас такі цінності як свобода слова та плюралізм думок спричиняють і певні виклики та загрози, зокрема всесвітня мережа здатна розвинути почуття безвідповідальності за написані слова, адже Інтернет дає можливість висловлювати свою позицію та думку чи вести діалог в анонімному режимі або під вигаданим іменем. Тобто користувачі здатні виступати в ролі актора і не боятися висловлювати протиправні заклики чи ображати честь та гідність інших користувачів, соціальних груп та прихильників протилежних ідей. У реальному житті ж така поведінка може привести до таких стримуючих чинників, як осуд соціуму, адміністративна або ж, навіть, кримінальна відповідальність [25].

Плюралізм думок та легкість викладу інформації в Інтернет, дозволяє маргінальним рухам вербувати прихильників, особливо молодь. Звичайно, Інтернет-провайдери та адміністратори сайтів блокують розповсюдження інформації у відповідності до чинного



українського законодавства. Як правило, це недопущення проявів неповаги до конституційних прав особи, національних та релігійних святинь, національної гідності, розповсюдження расизму, порнографії та пропаганди насильства, розпалювання міжрегіональних, міжетнічних, міжконфесійних конфліктів тощо [20].

Проте перелічені вище вимоги дотримання суспільної моралі у полі Інтернету є, зазвичай, формальними. Наприклад, у межах одного з найпопулярніших сайтів в Україні «ВКонтакте» можна знайти безліч груп, які наповнені аморальним контентом, що закликає до расизму, ксенофобії, антисемітизму, міжетнічних та міжконфесійних конфліктів тощо. Російські «Вконтакте» та «Однокласники» взагалі відзначилися відверто антиукраїнською пропагандою та численними випадками дезінформації, про що неодноразово повідомляли не лише українські користувачі, але й вітчизняні органи національної безпеки [19].

Водночас політика жорсткого контролю Інтернет-простору з боку державних інституцій може означати відхід від демократичних цінностей і водночас такі заходи будуть малоефективними. Це може призвести до погіршення ситуації, коли Інтернет стане середовищем, що містить переважно крайні, антагоністичні погляди та інформацію. Тому поряд з всесвітньою інформаційною мережею повинні ефективно діяти традиційні чинники політичної соціалізації молоді, а саме сім'я, школа, університет, церква, громадські організації, політичні партії та лідери.

Простір глобальної інформаційної мережі може також виступати не лише як суто агент політичної соціалізації молоді. Інтернет є полем вираження політичної активності молоді, оскільки він дає необмежену можливість виражати свої погляди та вільно дискутувати на політичні теми. Але дуже часто віртуальна політична взаємодія не виходить за межі глобальної мережі та не стикається з реальним політичним простором. Вона залишається на рівні блогів та інформаційних порталів [4].

Співставлення ілюзорного й фантастичного світу разом із функціонуванням реальних законів життя роблять Інтернет-засоби спілкування дуже привабливими для молоді, особливо за умов несприятливого середовища, адже вони не потребують визначених соціальних статусів та ролей, а тим більше зусиль для боротьби за місце в соціальній ієрархії. Таким чином, формування референт-

них груп здійснюється вільно, хаотично та не керовано. Усі ці фактори сприяли появі такого явища, як кіберсоціалізація, що, на думку української дослідниці Олени Кудашкіної, є новим видом соціалізації [10].

До прикладу, на сайт вже згаданої вище російської мережі «Вконтакте» щоденно заходить понад 12 мільйонів відвідувачів з України, причому 70% - віком до 25 років [13]. Адміністрація сайту розробила велику кількість різних додатків: аудіозаписи, відеозаписи, документи, групи, цікаві сторінки, новини, додатки тощо. Особливе місце серед них займають групи, адже кількість користувачів, що підписані на оновлення їх новин, може сягати мільйони чоловік. Таким чином, користувачі сайту підписуються на сповіщення інформації, котра, часто-густо, є масовою, заангажованою, деструктивною, аморальною та низької якості. Крім того, піратський контент мережі складає левову частку продуктів, доступних для користувачів. Усе це породжує відчуття доступності і безвідповідальності за свої дії.

26

Сьогодні можна стверджувати, що соціальні мережі стали феноменом початку XXI ст., який виник у зв'язку з потребою у персоналізації глобальної мережі та прагненням користувачів задовольнити свою природну потребу у спілкуванні. Якщо раніше люди не мали доступу до ЗМІ, то соціальні мережі стали саме тим ЗМІ, за допомогою якого будь-хто може стати публічною особою. Засновник Facebook М. Цукерберг зазначає, що до появи соціальних мереж у нас було мало шансів бути відкритим, наше життя мало виключно приватний характер, оскільки ми не мали доступу до інструментів публічності: преси, радіо, телебачення (цими засобами у XX ст. володів 1% людей).

Компанія Adobe на початку 2014 року склала список найпопулярніших соціальних мереж світу. На сьогоднішній день у соціальних мережах зареєстровано більше 5,7 мільярдів профілів по всьому світу і ця цифра постійно зростає. Перше місце у рейтингу дісталося Facebook, де вже налічується 1,6 мільярдів зареєстрованих користувачів [11]. На другому місці знаходиться YouTube з 1 мільярдом профілів, а на третьому – китайський сайт Qzone з 623 мільйонами користувачів. Слідом за першою трійкою розмістився також китайський Weibo з 503 мільйонами акаунтів, а на п'ятому місці – Twitter з більше як півмільярдом користувачів. У першу десят-

ку також увійшли Google+, LinkedIn, Renren та Instagram. Популярна серед української молоді соціальна мережа ВКонтакте зайняла восьму позицію у світовому рейтингу за кількістю користувачів та стала єдиною мережею серед європейських соціальних мереж, яка ввійшла у першу десятку.

Таким чином, зростання кількості користувачів нових соціальних медіа призводить до популяризації онлайн-сервісів та онлайн-новин, а також породжує новий тип агрегаторів новин та контенту, котрі не залежать від медіахолдингів та технічного забезпечення. З поширенням пристроїв, котрі записують відео у високій роздільній здатності (відео та фотокамери, смартфони, планшетні комп'ютери, відеореєстратори, вебкамери тощо), здатні обробляти, формувати та передавати зображення, звук та текстові повідомлення з високою швидкістю, кожен користувач спроможний ставати локальним чи глобальним розповсюдженцем новин та контенту, що кардинально впливає на швидкість та варіативність поширення інформації, а також трансформацію усього медіа ринку. Сприяє цьому також технологічна доступність таких сервісів для кожного звичайного користувача. Візьмемо для прикладу найпопулярніший у мережі після Facebook та Twitter сервіс YouTube. Сьогодні він збирає понад вісімсот мільйонів унікальних користувачів на місяць [31]. За даними Nielsen, у 2011 році сайт відвідало у вісім разів більше глядачів, ніж Hulu, спільну відеоплатформу NBC Universal, News Corporation та Walt Disney Company. У 2007 році відеореклама в Інтернеті принесла 471 млн. дол. прибутку, у той час як телевізійна реклама – 45 млрд. дол. [37].

За даними британської дослідницької служби Netcraft, у 2012 році YouTube став третім найбільш відвідуваним сайтом у глобальній мережі, поступаючись лише Google і Facebook. Згідно власної статистики сайту, більше 72 годин відео завантажується на YouTube щохвилини. За день відео з сайту переглядається 4 млрд. разів, близько 30% аудиторії припадає на мешканців США [37]. Для більшості американців YouTube вже став частиною життя. За результатами опитування, проведеного Internet & American Life Project, у 2011 році 71% американців відвідували хоча б один раз такі сайти, як YouTube або Vimeo, а третина опитаних – відвідує їх щодня [37].

Особливістю YouTube є те, що він залучає користувачів до стеження за доцільністю відео (користувачі можуть позначити, що ві-

део є неприйнятним), таким чином створюються певні норми віртуальної спільноти, хоча досягнення консенсусу між мільйонами користувачів є складним завданням [34]. Саме з таких міркувань, YouTube має штат працівників, які працюють над захистом моралі у безмежному потоці нових відео. Зокрема, YouTube має автоматизований механізм, який не дозволяє відображати в пошуку відео сексуального змісту. Окрім того, YouTube забороняє зображення у відео «експлуатації тварин, наркоманії, вживання алкоголю неповнолітніми та куріння, виготовлення бомб, насильство, вираження нетерпимості, переслідування, погрози, домагання, залякування, вторгнення в приватне життя, розкриття особистої інформації інших людей, підбурення до вчинення актів насильства, спам» [26].

28

Згідно дослідження Annenberg Center, порівняно бідна американська сім'я за місяць у середньому витрачає 180 дол. на оплату медіапослуг: мобільного зв'язку, цифрового телебачення, супутникового телебачення, iTunes тощо – на те, чого не існувало покоління тому. В той же час, порівняно забезпечена американська родина – 260 дол. у місяць [21, р. 76].

Аудиторія, яка колись користувалась аналоговим телевізійним мовленням, почала користуватись супутниковим чи цифровим телебаченням, переглядати фільми на DVD, а з початку XXI ст. – дивитись відео за допомогою YouTube, Facebook і GuitarHero. Опитування показують, що молоді люди у віці від чотирнадцяти до двадцяти п'яти дивляться менше телевізор і проводять більше часу в Інтернеті. Інтернет-аудиторія телеканалів ABC, Fox, CBS та NBC склала 10% у 2008 році, доходи від реклами продовжували йти вгору, тому що в епоху нових ЗМІ та фрагментованої глядацької аудиторії, жодне інше середовище не забезпечує масову аудиторію [37].

Коментуючи негативний вплив новітніх технологій на традиційні ЗМІ, виконавчий директор Google Е. Шмідт сказав: «Чи вважаєте ви поганим те, що продаж пейджерів сьогодні не приносить прибутку? Ні, тому що ви використовуєте свій стільниковий телефон в якості заміни. Коли у вас є добрий замітник, з цим важко боротися. Якщо старі медіакомпанії бажають боротися за своїх клієнтів, їм потрібно не заперечувати прагнення клієнтів до зручності, у них немає вибору, окрім як осідлати хвилю» [37].

Сприйняття новинними організаціями YouTube є неоднозначним. Деякі з них створили свої власні канали на YouTube. Зокре-

ма, Associated Press створив свій канал в 2006 році і тепер може похвалитися більш ніж 250 тис. послідовників і більше мільярда переглядів відео. Новинний канал The New York Times має більш ніж 78 тис. послідовників, а Russia Today – більш ніж 280 тис. Деякі новинні сервіси, такі як ABC News, публікують на YouTube деякі сюжети, які з'являються на їх телеканалі. Інші новинні організації не інтегруються з YouTube, натомість використовують систему захисту авторських прав Content ID, щоб захистити свої матеріали від розповсюдження на YouTube. Існують і такі новинні організації, які публікують свої матеріали на YouTube, але блокують його перегляд в деяких країнах. Це може робитися як з метою захисту авторських прав, так і з метою уникнення можливого негативного сприйняття певних чутливих тем в окремих країнах.

Незважаючи на певні відмінності, YouTube імітує деякі принципи функціонування традиційних ЗМІ, в тому числі – плавне поєднання контенту і рекламних роликів. Як конвергентний ЗМІ на межі Інтернету і телебачення, YouTube виявив ряд протиріч між традиційним масовим мовленням і цифровим вузько направленим. YouTube не може розглядатися виключно як революційне середовища через те, що він знаходиться під впливом традиційних ЗМІ, оскільки переважну частину професійно підготовленого відео на теренах YouTube складаються записи телепередач.

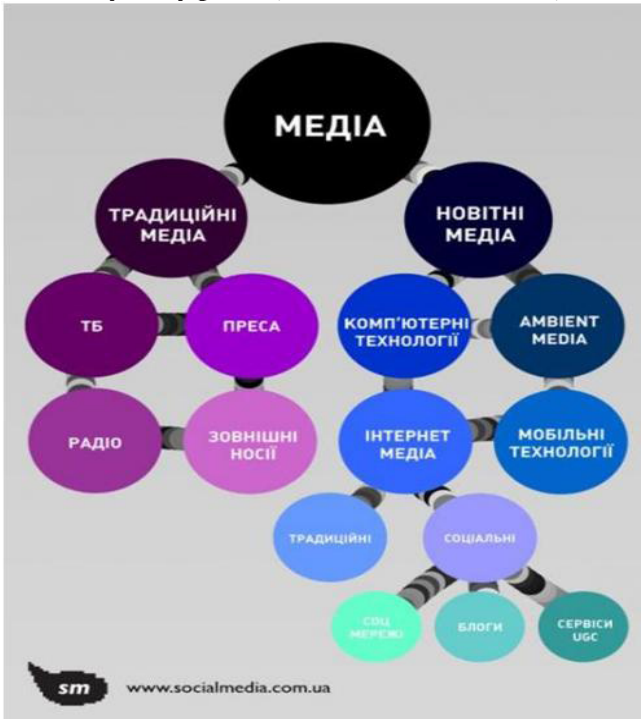
Протистояння YouTube і телебачення можна розглядати як протистояння між аматорським, індивідуалістським альтернативним медіасередовищем і професійним, інституціоналізованим традиційним медіа середовищем [28, с.55]. Недолік YouTube в очах рекламодавців, при цьому, полягає у тому, що вони прагнуть, щоб їх рекламний блок не розташовувався поруч з низькоякісним домашнім відео.

Як бачимо сучасні технологічні досягнення та популярність мережі Інтернет зумовлюють доволі відчутні зміни медіапростору, конвергенцію традиційних ЗМІ та, як наслідок, – трансформацію світового медіаринку. Технологічна революція, що почалася із появою персональних комп'ютерів та мобільних пристроїв з доступом до мережі, породила цілу низку нових сервісів та послуг, соціальних мереж як віртуального простору спілкування та соціалізації. Сьогодні жодне авторитетне друковане видання не обходиться без електронної версії, чи, принаймні, сторінки у мережі. Найбільш

прогресивні видавництва та новинні агенції швидко вхопили нову тенденцію розповсюдження інформації у мережі і нині пропонують свої електронну версії видань та новинних сайтів. Поєднання друкованого й електронного контенту, а також гібридизація традиційних електронних та друкованих медіа породили явище конвергенції ЗМІ. Цей процес також зумовив розширення і ускладнення структури і функцій традиційних ЗМК. Феномен нових соціальних медіа (див. Рисунок 2), котрі працюють на технологіях та принципах Веб 2.0, завдяки чому споживачі контенту через свої дописи стають його співавторами і можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією, визначив нові можливості обміну інформацією та створив засади віртуальної комунікації, котра тепер становить частину нашого життєвого простору.

Рисунок 2

*Схема медіа - у чому різниця між «новими» і «соціальними»*



**Джерела та література:**

1. Аналіз контенту та рейтингу сайтів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pr-cy.ru/a/korrespondent.net>
2. Apple в цифрах: 225 млн проданих iPad і 48% iOS-устройств на iOS 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itc.ua/news/apple-v-tsifrah-225-mln-prodannyih-ipad-i-48-ios-ustroystv-na-ios-8/>
3. В Україні вже майже 20 мільйонів регулярних Інтернет-користувачів. [Електронний ресурс газети Українська Правда]. – Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/technology/2013/03/27/125244/>
4. Голубовська А. Інтернет як агент політичної соціалізації молоді України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gisar.eu/ru/node/4206>
5. Дуцяк І., Слущик Т. Вплив Інтернет-середовища на політичну соціалізацію української молоді: тенденції та виклики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://politiko.ua/blogpost35251>
6. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://flogiston.df.ru/projects/articles/info.shtml>
7. Інтернет в Україні як право на інформацію. [Електронний ресурс Інтернет Асоціації України]. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/174.2461.0.0.1.0.phtml>
8. К концу года количество интернет-пользователей в мире вырастет до 3 миллиардов человек. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/ru/news/1339058-do-kintsya-roku-kilkist-internet-koristuvachiv-u-sviti-zroste-do-3-milyardiv-osib>
9. Коваль Г. Особливості політичної соціалізації молоді на сучасному етапі розвитку української державності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/ukrpolituk/3/30.pdf>
10. Кудашкіна О.З. Кіберсоціалізація як новий вид соціалізації у віртуальному середовищі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Sptp/2011\\_1/2.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Sptp/2011_1/2.pdf)
11. Названо найпопулярніші соціальні мережі у світі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://leocity.info/nazvano-najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-u-sviti/>
12. Найдорожчі бренди світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dw.de/>
13. Офіційна спільнота «Україна ВКонтакте». [Електронний ре-

сурс]. - Режим доступу: <https://vk.com/ua>

14. Рівень проникнення користувачів мережі Інтернет у світі. Джерело: Список країн за кількістю користувачів Інтернету. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

15. Соціальна мережа «ВКонтакте». [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vk.com/tsnua>

16. Соціологічне опитування: ЗМІ та Україна. [Електронний ресурс Інституту Горшеніна]. - Режим доступу: [http://institute.gorshenin.ua/researches/99\\_smi\\_v\\_ukraine\\_.html](http://institute.gorshenin.ua/researches/99_smi_v_ukraine_.html)

17. Соціологічне опитування: Навіщо українській молоді потрібний Інтернет? [Електронний ресурс Інституту Горшеніна]. - Режим доступу: [http://institute.gorshenin.ua/researches/119\\_dlya\\_chego\\_ukrainskoj\\_molodezhi\\_nuzhen.html](http://institute.gorshenin.ua/researches/119_dlya_chego_ukrainskoj_molodezhi_nuzhen.html)

18. Схема медіа - у чому різниця між “новими” і “соціальними”. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://prweb.com.ua/blog/socialnye-seti/1411.html>

32

19. У СБУ закликали українців відмовитися від ВКонтакте. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina/usbu-zaklikali-ukrayinciv-vidmovitisya-vid-vkontakte-374329.html>

20. Хартії про партнерство заради інформаційних прав і свобод та захисту суспільної моралі. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://docs.google.com/document/d/1Q5-GBLy6V1JzGwub6QIGukLi5T6vYt8Ait5vCZh0DEU/edit?pli=1>

21. Auletta K. Googled: The End of the World as We Know It. [K.Auletta] - London: Penguin Books, 2010. - 432 pp.

22. Bandari R., Asur S., Huberman B. The Pulse of News in Social Media: Forecasting Popularity / Bandari R., Asur S., Huberman B. // Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. - Dublin, Ireland, 2012. - P. 26-33

23. Chadwick A., Philip N. Routledge Handbook of Internet Politics. [A.Chadwick, N.Philip] - London: Routledge, 2008. - 536 pp.

24. Gerbarg D. Television Goes Digital. - NY: Springer, 2009. - 244 pp.

25. Griffiths M. The social impact of Internet gambling. [Electronic resource]. - Mode of access: <http://ssc.sagepub.com/content/20/3/312.short>

26. How YouTube Should Police Hate Speech // The New Republic [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.newrepublic.com/>



blog/plank/107404/when-censorship-makes-sense-how-YouTube-should-police-hate-speech

27. Jarvis J. What Would Google Do? [J.Jarvis]- NY: Harper Collins, 2009. - 269 p.

28. Kim J. The institutionalization of YouTube: From user-generated content to professionally generated content // Media, Culture & Society. - #34. - 2012. - pp. 53-67

29. RDF Rich Site Summary (RSS) [Electronic resource]. – Mode of access: <http://xml.coverpages.org/rss.html>

30. Schmidt E. How Google Can Help Newspapers / E.Schmidt // The Wall Street Journal [Electronic resource]. – Mode of access: <http://online.wsj.com/article/5820001424052748704107104574569570797550520.html#printMode>

31. Seabrook J. Streaming dreams. YouTube turns pro // The New Yorker [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.newyorker.com/reporting/2012/01/16/120116fa\\_fact\\_seabrook?currentPage=all](http://www.newyorker.com/reporting/2012/01/16/120116fa_fact_seabrook?currentPage=all)

32. The Head of Google News on the Future of News [Electronic resource]. – Mode of access: <http://civic.mit.edu/blog/mstem/the-head-of-google-news-on-the-future-of-news>

33. The Head of Google News on the Future of News [Electronic resource]. – Mode of access: <http://civic.mit.edu/blog/mstem/the-head-of-google-news-on-the-future-of-news>

34. Vaidhyanathan S. The Googlization of Everything: (And Why We Should Worry). - CA: University of California Press, 2011. - 280 pp.

35. Warsh D. The Golden Age of Newspapers: A Short History [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.economicprincipals.com/issues/2013.08.12/1528.html>

36. Without Much Fanfare, Apple Has Sold Its 500 Millionth iPhone. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.forbes.com/sites/markrogowsky/2014/03/25/without-much-fanfare-apple-has-sold-its-500-millionth-iphone/>

37. YouTube & News: A New Kind of Visual News // Pew Research Center [Electronic resource]. – Mode of access: [http://www.journalism.org/analysis\\_report/YouTube\\_news](http://www.journalism.org/analysis_report/YouTube_news)

**МІЖКУЛЬТУРНЕ ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ У КОНТЕКСТІ  
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

В даній статті аналізуються процеси глобалізації сучасного світу і нові тенденції у розвитку міжкультурної комунікації під впливом нових культурогенних інформаційних технологій. Особлива увага приділена впливу мас-медіа та комунікаційних засобів високорозвинених країн на державні та культурні кордони менш потужних країн. Крім того, автор наголошує на значенні і виробленні нових форм міжкультурної комунікації, оскільки в сучасних умовах це позитивним чином відображується на міждержавних відносинах, соціальних групах й індивідах різних країн та культур, запозиченні культурних цінностей та зміні культурного середовища внаслідок міграцій.

34

**Ключові слова:** глобалізація, міжкультурна комунікація, інформаційні технології, мас-медіа, культурне середовище.

В данной статье анализируются процессы глобализации в современном мире, а также новые тенденции в развитии межкультурной коммуникации под влиянием новейших культурогенных информационных технологий. Особое внимание уделено влиянию масс-медиа и коммуникационной сферы высокоразвитых стран на государственные и культурные границы менее развитых стран. Кроме того, автор акцентирует внимание на значении и выработке новых форм межкультурной коммуникации, поскольку в современных условиях они положительным образом влияют на межгосударственные отношения, а также на взаимодействие социальных групп и индивидов разных стран и культур, на процессы заимствования культурных ценностей и изменению культурной среды вследствие миграций.

**Ключевые слова:** глобализация, межкультурная коммуникация, информационные технологии, СМИ, культурная среда.

*This paper analyzes a present-day's world processes of globalization and emerging trends in the development of intercultural communication influenced by culture-caused new information technologies. Of particular interest is the impact of the developed countries' mass media and communication tools on both the national and cultural boundaries of less powerful*

*countries. The author emphasizes on the significance and the development of new forms of intercultural communication under the present conditions, since this process is positively reflected in the international relations, social groups and individuals from different countries and cultures, borrowing cultural values and changing cultural environment as a result of migration.*

**Keywords:** *Globalization, intercultural communication, information technologies, mass media, cultural environment.*

Міжкультурна комунікація як обмін між людьми ціннісними надбаннями існувала завжди, адже з давніх часів виникали зв'язки, що сприяли взаємодії та взаєморозумінню різних культур. В сучасних умовах спілкування народів набуло не тільки глобально-го характеру, але й вимагає такої гуманістичної спрямованості, яка, завдяки міжкультурній комунікації, дає можливість людині успішно розвиватися на засадах єдності загальнолюдських і національних цінностей. Захист культурної самобутності народів, відстоювання їх духовного суверенітету, власних культурних цінностей органічно пов'язується як із загальнолюдськими, так і потребами та інтересами окремо взятої людини. У такому контексті дослідження міжкультурної комунікації як спрямованого процесу, що реалізується відповідно до конкретно визначених соціальних цілей, набуває особливої актуальності.

До числа найбільш відомих цивілізаційних тенденцій сучасності слід віднести процеси глобалізації та інформатизації. Саме їх синтез все в більшій мірі визначає генеральний напрям соціального розвитку людства в найближчій перспективі, оскільки наслідки цього процесу є всеохоплюючими. Дослідження та аналіз процесів глобалізації сучасного світу і нових тенденцій у розвитку міжкультурної комунікації під впливом інформаційних технологій має неабияку актуальність сьогодні. На думку російського дослідника Т.Г. Кисельова, глобалізація як явище зовсім не виступає чимось унікальним і притаманним виключно сучасній епосі. Прагнення до необмеженого зростання, експансії і безкінечній асиміляції будь-якого інокультурного матеріалу притаманне будь-якій культурній системі, що і було зафіксовано в людській історії, починаючи з давньосхідних імперій, закінчуючи недавнім минулим [6, с.1]. У той же час, в даній статті, ми намагаємось показати, що в сучасних умовах процеси міжкультурної комунікації набува-

ють надзвичайно великого значення.

Однією із характерних ознак глобалізації є взаємодія як окремих людей, так і окремих цивілізацій. Особливого статусу набувають зносини між цивілізаціями, в основі усіх цих відносин лежить міжкультурна комунікація, адже потреба народів у культурному порозумінні, прагнення пізнати духовний світ одне одного призводять до інтенсифікації комунікативних процесів, що набувають системного характеру. Тільки шляхом знаходження консенсусу людство зможе вирішити глобальні проблеми і захиститися від самознищення.

36 — Досягненню вищезазначеної мети підпорядковані такі завдання: показати вплив глобалізації на розвиток міжкультурної комунікації; з'ясувати інтенсифікацію процесів культурної детериторіалізації та ре-територіалізації; розкрити суть поняття міжкультурна комунікація, а також висвітлити позицію провідних дослідників щодо цієї проблеми. Необхідно відзначити, що дана проблема досліджувалася такими науковцями як Д. Лалл [10], Г.С. Померанц [12], Ю.М. Давидов [4], В.А. Кутирев [9], А.Е. Чучин-Русов [16], П. Козловскі [7], А.В. Кузьмин [8] та ін. В Україні предметне поле досліджень в рамках проблематики «міжкультурна комунікація» тільки формується.

Сучасні мас-медіа та комунікаційні засоби легко перетинають державні та культурні кордони. Ця технічна властивість прямо впливає на міжкультурну комунікацію, а також спричиняє пошквалювання дискусій про суверенність культур. Вже від початку 1970-х років наслідки розвитку глобальних комунікацій опинились в центрі уваги ЮНЕСКО. Поширюється стурбованість тим, що Захід, на чолі з американськими транснаціональними корпораціями, монополізував світову систему комунікацій настільки, що завдало значної шкоди добробуту та культурним ідентичностям менш потужних країн.

Ця всесвітня міжнародна і міжкультурна драма – глобалізація матеріальних та культурних ресурсів, – є, на погляд Ентоні Гіденса, невід'ємною рисою розвинутої модерності [10, с.195]. Однак деякі критики схиляються до думки, що і модерність, і глобалізація мають розглядатись не просто як чергові етапи світової історії, а як деструктивні й безповоротні процеси, що їх рушійною силою є економічні інтереси так званого «Першого світу». На їхню думку,

глобалізація – це не «потік подій», а всесвітня система експлуатації. Один із найгостріших критиків, шведський соціальний антрополог Джонатан Фрідман вважає, що сучасна світова система ґрунтується на «транснаціональних корпораціях і глобальних механізмах інвестицій та фінансових спекуляцій» і додає: «з'явилась також нова глобальна класова структура, міжнародна еліта, що складається з дипломатів, державних лідерів, представників міжнародних організацій. Це середовище перетинається з іншою міжнародною елітою – арт-ділерами, керівниками мас-медіа та інших культурних індустрій, які безпосередньо займаються медіа-репрезентаціями, створюючи картину світу та «картинки для світу» [10, с.196].

Проблема балансу між відкритістю і протекціонізмом у глобалізованому комунікаційному середовищі гостро постає перед багатьма національними урядами, а особливо у таких країнах, як Іран, де обмеження досить суворі, а економіка досить бідна. Подібні проблеми визріли у В'єтнамі, де виявилось неможливим зупинити антикомуністичну пропаганду, правозахисні матеріали і порнографію. Такі країни, як Іран чи В'єтнам не можуть ані ігнорувати, ані заборонити нові інформаційні технології, бо економічний розвиток залежить від швидкої передачі інформації. Проте відкриваючи нові технологічні шляхи для економічних перетворень, вони водночас відкривають надзвичайно широкий і диференційований публічний простір. А ці нові, породжені «Інтернетом» медіа-сили, починають соціально й культурно взаємодіяти з більш традиційними мас-медіа.

Скажімо, у В'єтнамі та Китаї, на державних телеканалах можна побачити комерційні телепередачі з Америки, Японії та інших країн. В'єтнамці погоджуються на ці ретрансляції, бо західна реклама, присутня в них, дає потрібну валюту, а самі передачі забезпечують недорогий і привабливий розважальний асортимент.

Маючи дві третини населення світу, Азія є також місцем розташування багатьох країн, що швидко розвиваються економічно. Азія, з її сталими культурними традиціями, є також глобальним театром складної, сучасної боротьби довкола нації та національної держави.

Першим кроком до формування нових культурних територій є детериторіалізація. Це поняття означає «втрата природних зв'язків між культурою, географічною і соціальною територією» [10, с.208].

Детериторіалізація – це часткове руйнування культурних структур і стосунків, середовищ і репрезентацій.

Міграції великих груп людей з «третього світу» до розвинених країн свідчать про соціальне викорінення, що спричиняє значні культурні розриви і культурні адаптації – це одна з основних і часом досить небезпечних форм детериторіалізації. За такими великими переміщеннями людей часто стоять економічні спонуки. Африканська й азіатська работорівля минулих століть у колоніях Північної Америки, Бразилії та у Карибському регіоні, була породжена пошуками дешевої робочої сили. А сьогодні ринок ручної праці приваблює бідних іммігрантів до багатших країн. Наприклад, багата Каліфорнія змушує покидати домівки мексиканських сільськогосподарських робітників та домашніх робітниць. Приблизно третина мексиканських робітників прибуває сюди нелегально, часто після небезпечного, незаконного перетину кордону. Прибувши до Америки, вони опиняються у постійно зростаючих гетто, де серед багатьох інших соціальних проблем процвітають бандитизм, наркоманія і безробіття. Зокрема Лос-Анджелес перетворився на справжній магніт для некваліфікованих іммігрантів звідусіль [Див. детально 4, с. 60-64].

38

Фонд народонаселення ООН називає сучасну імміграцію «гуманітарною кризою нашої доби», оскільки злидні, війни і перенаселеність змушують великі маси людей переміщатись на території, уже зайняті іншими народами. *Культурна детериторіалізація* – це глибоко людське явище. Адже вона може бути всеохоплюючою і жахливою. Забрати у великої групи людей їхню мову, звичаї, релігії та музику, як було зроблено з африканськими рабами в США, – це рівнозначне культурному вбивству. Однак культура не вмирає, навіть за умов всебічного придушення. Адаптуючись, вона виживає у змінених формах. Більше того, культурне викорінення має наслідки не лише для тих, кого викорінюють. Наприклад, турецькі остарбайтери у Німеччині сформували етнокультурні взаємини з німцями, всередині власної спільноти, а також із тими, хто залишився на батьківщині. Ці три зони культурних взаємин діють одночасно, і в усіх трьох величезну роль відіграють сучасні комунікаційні технології: і в тому, що турки дізнаються про німців (а німці, хоча й меншою мірою – про турків); і в тому, як турки в Німеччині зберігають свою турецьку ідентичність; і в тому, як вони

будують контакти з людьми і культурою своєї батьківщини. Подібне становище виникає скрізь, де утворюються великі іммігрантські громади.

Детериторіалізовані силами модерності й глобалізації, люди намагаються заново збудувати собі нові культурні «домівки» там, куди їх занесла доля. Такі наміри і відповідна культурна діяльність складають процеси *ре-територіалізації* [10, с.220].

Поєднуючи привезені з собою традиції з ресурсами нової території поселення, громади іммігрантів у всьому світі створюють нові місцеві версії віддалених культур. Ті громади, які спільними зусиллями намагаються зберегти свої традиційні етнічні й культурні ідентичності та способи життя, часто називають *культурними гібридними діаспорами*. У наші дні діаспорні культури значно легше створювати й підтримувати, ніж будь-коли раніше. Завдяки перевагам сучасного транспорту і за сприяння міжнародної торгівлі, численні культурні товари, як-от різноманітні їжа, одяг, домашнє начиння переміщаються світом значно швидше.

Мас-медіа, інформаційні технології та характерні для певних культур символічні форми (популярна музика, відео, газети, журнали, книжки і комп'ютерні програми) надзвичайно важливі як для ре-територіалізації взагалі, так і для створення діаспорних культур зокрема. Культура, засоби комунікації та сполучуваність окремих громад – ось необхідні складники для формування діаспорних публічних сфер. Так звані «етнічні мас-медіа» виявилися дуже корисними для іммігрантів у США – скажімо, для поширення інформації про права іммігрантів та можливості для них. Обслуговування інформаційних і культурних потреб дозволя для іммігрантських спільнот перетворилося на сучасну індустрію, що швидко зростає. Детериторіалізація і ре-територіалізація створюють нові ринки для різноманітних підприємств, але особливо для тих, хто, працюючи в мас-медіа і культурних індустріях, «добре заробляє на контактах детериторіалізованих спільнот із своєю батьківщиною». У повільному й болісному процесі культурного пристосування до нової землі, особливо у чужих величезних містах, де іммігранти чи біженці намагаються триматися купи, продукти популярної культури створені на батьківщині, а також місцевий культурний матеріал рідною мовою, який відображає ті самі основні культурні вартості, що й на батьківщині, відіграють ключову роль у відбудові душев-

ного спокою та етнічної солідарності ре-територіалізованих людей. Такі «культурні товари» зазвичай продаються не в супермаркетах чи великих відеосалонах, а в «етнічних» крамничках. Зростає також ринок товарів (відео, поп-музика, комп'ютерні програми), що виробляються в діаспорі, а потім надсилаються на батьківщину. Наприклад, в'єтнамські культурні товари, зроблені в Каліфорнії, добре продаються в самому В'єтнамі; а перські товари з Лос-Анджелесу експортуються до Ірану [10, с. 220].

Слід зазначити, що ре-територіалізація – це процес активної культурної селекції та синтезу, що черпає як із знайомого, так із нового. Сучасне культурне оточення складається як із медіа-опосередкованих, так і з неопосередкованих елементів: з елітарного й популярного, особистого й масового, публічного й приватного, тутешнього й далекого, знаного й незнаного, учорашнього, нинішнього й завтрашнього.

40 — У той же час слід сказати, що культура ніколи не була статичною; кожне нове покоління неначе створює її для себе наново. Але в наші дні культурні форми та оточення змінюються з безпрецедентною швидкістю. Таких змін і переломів вимагає модерність. Ентоні Гідденс визначає модерність як «могутню, безжальну силу... надпотужний локомотив, який мчить на величезній швидкості, і яким ми, людство, можемо керувати лише до певної міри, бо він у будь-яку мить може вийти з-під контролю» [10, с.228].

Міжкультурна комунікація як особливий вид комунікації припускає спілкування між носіями різних мов і різних культур. Співставлення мов і культур виявляє не тільки загальне, універсальне, але й специфічне, національне, самотутнє, що зумовлене розбіжностями в історії розвитку народів. Інтеркультурна комунікація має справу з розумінням та порозумінням, що означає: розуміти чуже і водночас бути зрозумілим, спілкуючись чужою мовою.

На межі XX і XXI ст. загострилися проблеми мовної комунікації, вивчення засобів комунікативного впливу, вони стали найбільш актуальними. Змінився «мовний смак епохи»: на зміну «тоталітарній мові» прийшла «вільна» мова засобів масової інформації, спілкування на різних рівнях; зросла роль мовної особистості [13].

На перший план вийшли питання культури як універсального контексту, що спричиняє розмаїтість людства, а також – комунікації



як однієї із фундаментальних форм взаємодії між людьми. Визнання абсолютної цінності розмаїтості світових культур, відмова від колонізаторської культурної політики, усвідомлення крихкості існування й погрози знищення величезної більшості традиційних культур і мов зумовили бурхливий розвиток відповідних галузей знання з опорою на новий в історії людства феномен – інтерес народів світу один до одного.

Міжкультурна комунікація – це соціальний феномен, сутність якого полягає у конструктивній чи деструктивній взаємодії між представниками різних культур (національних та етнічних), субкультурами в межах чітко визначеного простору. У центрі міжкультурних взаємодій перебуває людина як носій загальнолюдських культурних особливостей. Ця людина взаємодіє з іншими на основі цих особливостей у великій кількості контекстів спілкування [13; 14].

Датою народження міжкультурної комунікації як академічної дисципліни можна вважати 1954 рік, коли побачила світ книга Є. Хола і Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура як комунікація»). У даній роботі автори вперше запропонували для широкого вживання термін «міжкультурна комунікація», що відбивала, на їхню думку, особливу галузь людських відносин. Пізніше основні положення та ідеї міжкультурної комунікації були більш докладно розвинуті у відомій роботі Е. Хола «The Silent Language» («Німа мова», 1959 р.), де автор показав тісний зв'язок між культурою і комунікацією. Вважається, що Е. Хол є засновником міжкультурної комунікації як окремої дисципліни.

У своїй книзі український вчений у галузі комунікативної лінгвістики і філософії мови Ф.С. Бацевич подає наступне значення міжкультурної комунікації – це спілкування носіїв різних культур, які послуговуються різними мовами [1]. Коли людина опиняється в іншому культурно-мовному середовищі, вона відчуває так званий «культурний шок» через недостатнє знання національних цінностей і законів спілкування носіїв інших культур і мов. Щоби уникнути усіх непорозумінь потрібно мати вагомий знання тої чи іншої культури, потрібно щоб відбувалася взаємодія між культурами. Взаємодія культур – це особливий вид безпосередніх відносин і зв'язків, що встановлюються між двома або декількома культурами, а також тих впливів, взаємних змін, які проявляються в ході

цих відносин. Вирішальне значення в процесах взаємодії культур набуває зміна станів, якостей, сфер діяльності, цінностей тієї чи іншої культури, породження нових форм культурної активності, духовних орієнтирів і ознак способу життя людей під впливом зовнішніх імпульсів. Процес взаємодії культур, як правило, є довготривалим явищем (не менш декількох десятиліть).

Глобалізація соціального розвитку обумовлена зростаючою інтенсивністю зв'язків і відносин – економічних, соціально-політичних, культурних, науково-технічних, комунікаційних, які немов би «скріплюють» суспільства сучасного світу. Ці зв'язки додають планетарній цивілізації, що формується, якусь системну якість: збільшується всебічна взаємозалежність різних суспільств, країн, регіонів, що все активніше впливають одне на одного.

42

Внаслідок процесу інтеграції окремих етнічних культур у єдину світову культуру на засадах розвитку засобів комунікації, економічних зв'язків, соціальних перетворень відбувається глобалізація культури. В міжкультурній комунікації це відбивається через розширення контактів між державними інститутами, соціальними групами й індивідами різних країн та культур, запозиченні культурних цінностей та зміні культурного середовища внаслідок міграцій [8].

Тенденція нівеляції інтересів національних держав і самобутніх культур, яка супроводжує глобалізацію, повинна бути врегульована або зведена до мінімуму проведенням певних оптимальних заходів (на рівні міждержавних угод).

Усвідомлення важливості культурно-історичних факторів у процесах комунікації, знання і адекватне відтворення норм вербальної та невербальної поведінки сприяє успіху міжкультурної комунікації, адже процес спілкування передбачає взаєморозуміння і взаємоадаптацію співрозмовників. Для того щоб усвідомити себе невід'ємною частиною взаємодії, потрібно змінити підходи до викладання іноземних мов, країнознавства, комунікації та переходити від теоретичних знань до практичних курсів, руйнуючи хибні культурні стереотипи.

Таким чином, підсумовуючи вище сказане, варто підкреслити, що як процес багатогранний і, очевидно, незворотній, глобалізаційні тренди характеризується такими явищами, що обумовлюють неоднозначне ставлення до них. Усвідомлюючи сильні сторони, тобто

позитивні моменти впливу нових інформаційно-комунікаційних технологій на сфери освіти, науки, медицини, культури, чимало вчених висловлюють тривогу з приводу негативних тенденцій цього явища в цілому. До числа таких негативів слід віднести – інформаційну неупорядкованість, втрату критеріїв відбору і однакових можливостей для усіх країн у царині поширення інформації. Спостерігається реальний розрив між технологічним потенціалом інформатизації соціуму і особистості та якісними характеристиками глобалізації стосовно стану культури. Більше того, глобальна інформаційно-комунікативна система кардинально змінила умови для культурного обміну і взаємовпливу, освіти, бізнесу, міжособистісного спілкування, все більш успішно стирає часові, соціальні, мовні та інші бар'єри, формуючи єдиний інформаційний простір. Цікавим є той факт, що на початку 90-х років американський вчений-комунікативіст Дж. Гербнер підтримав прихильників міжнародного екологічного руху за збереження культурного середовища від негативних впливів інформаційного простору. З його участю в березні 1996 року було прийнято Комунікаційну Хартію та Декларацію незалежності глядачів, яка проголошувала, що якщо культурне середовище не виховує у людей, зокрема дітей почуття відповідальності перед суспільством, віру в нього, а тільки породжує страх і насильство, то таке середовище треба змінювати [2, с.6]. Хоча з іншого боку, наголошуючи на позитивних моментах необхідно сказати, що інформаційний простір як важливий компонент і фундамент глобалізації можна розглядати як велике «географічне відкриття» новітнього часу. Адже сучасники отримали можливість осягати світ в режимі онлайн та формувати стратегію своєї соціальної діяльності у відповідності з багатоплановою інформацією. Тому міжкультурна комунікація має сприяти налагодженню нових форм діалогу і взаємодії задля того, щоб зменшити соціальне напруження та уникнути міжнародних конфліктів. Інформаційна революція, про яку так багато пишуть в останнє десятиліття, на нашу думку, полягає не стільки у тому, що в сучасному суспільстві з'явилися абсолютно нові інтерактивні ЗМК, які змінили й ще змінять тип міжособистісного спілкування, скільки у тому, що їх поява здатна вплинути на виникнення нових форм міжкультурної комунікації.

**Джерела та література:**

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія» – 2004. – 344 с.
2. Габор Н Журналізм та постреальність [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [www.mediakrytyka.info/?view=156](http://www.mediakrytyka.info/?view=156)
3. Гулыга А. Что такое постсовременность? // Опыты: Литературно-философский ежегодник. – М.: Советский писатель, 1990. – С. 68-91.
4. Давыдов Ю.М. Паталогичность „состояние постмодерна” // Социс. – 2001. – №11. – С. 23-28.
5. Кеннеди П. Вступая в двадцать первый век: Пер. с англ. / Предисл. В. Согурина. – М.: Весь мир, 1997. – 480 с.
6. Киселев Т.Г. Глобализация культуры: тенденции и противоречия. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1/Doc3.HTML-21K](http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1/Doc3.HTML-21K)
- 44 — 7. Козловски П. Культура постмодерна: общественнокультурные последствия технического развития. – М.: Республика, 1997. – 240 с.
8. Кузьмин А. В. Миграция: проблемы межкультурной коммуникации. – Улан-Удэ : Изд-во ВСТТУ – 2006. – 340 с.
9. Кутырев В.А. Постпредгиперконтрмодернизм: концы и начала // Вопросы философии. – 1998. – №5. – С. 135-143.
10. Лалл Д. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. – К.: К.І.С., 2002. – 261 с.
11. Липовецки Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме. – СПб.: Владимир Даль, 2001. – 331 с.
12. Померанц Г.С. Постмодернизм // Новая философская энциклопедия: В 4-т. – М.: Мысль, 2001. – Т.3. – С. 297-298.
13. Подольська Є.А., Лихвар В.Д., Іванова К.А. Культурологія : навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів – К.: Мінохоронздрав України. Нац. фармацевтич. ун-т – 2003. – 287 с.
14. Рот Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг. – М.: ЮНИТИ-ДАНА – 2006. – 223 с.
15. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2002. – 557 с.
16. Чучин-Русов А.Е. Новый культурный ландшафт: постмодернизм или неоархаика // Вопросы философии. – 1999. – №4. – С. 24-41.

## НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА РИНКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: ПІДХОДИ ДО ТЕМИ

Стаття присвячена аналізу та виявленню тенденцій у становленні та розвитку ринку Інтернет-реклами. Автором проаналізовано світовий досвід розвитку ринку Інтернет-реклами, охарактеризовано інструменти Інтернет-реклами та їх взаємодію між собою, досліджено український ринок Інтернет-реклами, аудиторію її споживачів та користувачів. Також в роботі описано новітні технології, які впроваджуються в даному секторі. Автором запропоновано ряд рекомендацій щодо підвищення ефективності Інтернет-реклами в Україні.

**Ключові слова:** Інтернет-реклама, рекламні послуги, онлайн-ринок, банер, мобільна реклама, інтерактивні медіа.

Статья посвящена анализу и выявлению тенденций в становлении и развитии рынка Интернет-рекламы. Автором проанализирован мировой опыт развития рынка Интернет-рекламы, охарактеризованы инструменты Интернет-рекламы и их взаимодействие между собой, исследованы украинский рынок Интернет-рекламы, аудиторию ее потребителей и пользователей. Также в работе описаны новейшие технологии, которые внедряются в данном секторе. Автором предложен ряд рекомендаций по повышению эффективности Интернет-рекламы в Украине.

**Ключевые слова:** Интернет-реклама, рекламные услуги, онлайн-рынок, баннер, мобильная реклама, интерактивные медиа.

The article is devoted to the trends' analysis and identification in the process of Internet advertising formation and development. The author investigates the world experience of the on-line advertising market and defines on-line advertising tools and their interaction, the author also estimates the Ukrainian market of Internet advertising and its' audience, consumers and users. The article also describes the latest technological implementations in this sector. The researcher proposes several recommendations concerning the improvement of the most effective Internet advertising in Ukraine.

**Keywords:** Internet advertising, advertising services, on-line market, banner, mobile advertising, interactive media.

Інтернет-технології набули широкого розповсюдження в сучасному світі. Усе більшого значення має розвиток бізнес-відносин мережі Інтернет. Останні дають змогу вийти на якісно новий рівень забезпечення зв'язків між бізнесовими структурами і споживачами. Разом з цим підвищується рівень потреб в ознайомленні споживачів з можливостями Інтернет та наданні їм різного роду послуг з продажу товарів. Саме цим обумовлені потреби в Інтернет-рекламі.

Інтернет-реклама є одним з найперспективніших сегментів рекламного ринку, який розвивається небаченими досі темпами. При цьому далеко не всі методи Інтернет-реклами є по-справжньому дієвими. Багато з них застаріли і вже не приносять бажаного результату рекламодавцям, які витрачають все більше і більше коштів на просування своїх продуктів у глобальній мережі.

Тому важливим завданням є пошук нових методів та інструментів для ринку Інтернет-реклами.

46

— Торгівля рекламними послугами в Україні на сучасному етапі інтернаціоналізації економічної діяльності розвивається в тісному взаємозв'язку із тенденціями і пріоритетами світового рекламного ринку, де фокус дедалі більше зміщується від традиційних інструментів та каналів маркетингових комунікацій до інтерактивних. Це обумовлене інтенсивним розвитком інтерактивних медіа-просторів, що утворилися на базі комп'ютерної платформи Інтернет та мобільних пристроїв (мобайл-медіа).

Над проблемою підвищення ефективності Інтернет-реклами працювали багато науковців, зокрема: Т. Дейнекін, О. Зіміна, В. Комаров, А. Бакалінська, С. Селіванов, С. Міналев, Д. Демченко. Проте, незважаючи на істотні напрацювання, недостатньо дослідженими залишилися питання забезпечення ефективної взаємодії інструментів Інтернет-реклами з урахуванням існуючих тенденцій і світового досвіду їх застосування.

Питання становлення і розвитку торгівлі рекламними послугами знайшли широке відображення у працях відомих західних учених Р. Александера, Г. Армстронга, Б. Бермана, Дж. Гелбрейта, Ф. Котлера, А. Маслоу, М. Портера, Дж. Еванса, котрі заклали підвалини подальших досліджень у галузі маркетингу та реклами. Серед учених із посткомуністичних країн варто виокремити таких дослідників, як Я. Адамчик, А. Браверман, А. Войчак, М. Єрмошенко, О. Зернець-

ка, Я. Міроньські, Р. Новацкі, А. Павленко, Н. Перекаліна, Н. Платонова, Р. Попова, І. Рутковські, Т. Серкутан, А. Старостіна, Л. Сульповар, О. Чубукова та ін.

Метою даної статті є аналіз та виявлення тенденцій у становленні та розвитку ринку Інтернет-реклами.

Відповідно до мети виокремлено такі завдання:

- проаналізувати світовий досвід розвитку ринку Інтернет-реклами та прослідкувати наявні тенденції;
- охарактеризувати інструменти Інтернет-реклами та їх взаємодію між собою;
- дослідити український ринок Інтернет-реклами, аудиторію її споживачів та користувачів;
- виявити та описати новітні технології, які впроваджуються в даному секторі, запропонувати рекомендації щодо підвищення ефективності Інтернет-реклами.

Інтернет-реклама зародилася в США та багато у чому завдячує постійному розвитку Інтернету, вдосконаленню його існуючих можливостей та появі нових.

Першою спробою комерціалізувати Інтернет було введення графічних рекламних повідомлень-банерів на сторінках американського пошукового сайту під назвою «Yahoo!». У кінці 1995 – на початку 1996 рр. «Yahoo!» починає приймати заявки на розміщення банерів на сторінках пошуку. Таким чином, Інтернет було вперше використано в якості універсального засобу просування товарів та послуг, а також підняття іміджу компаній. 4 вересня 1998 р. був створений один з головних конкурентів «Yahoo!» – «Google». Завдяки інноваційним розробкам, постійному удосконаленню пошукової системи та інших сервісів (Google AdSense, Google AdWords, Blogger, Gmail та ін.) компанія вийшла на передові позиції Інтернет-ринку. «Google» володіє першою за популярністю у світі пошуковою системою, яка обробляє 41 млрд. 345 млн. запитів на місяць (62,4% частки всього ринку). На платформі «Google» базується найбільша в світі система онлайн-реклами – Google AdWords.

Особливістю сучасного розвитку сфери торгівлі у цілому, і особливо торгівлі послугами, є пряма залежність між рівнем інформатизації й інноваційності комплексу маркетингу на підприємстві та ефективністю його діяльності. Це означає неминуче збільшення ємності ринку інтерактивних медіа і реклами, а та-

кож віртуальної форми ведення бізнесу в усьому світі. Першоосновною таких змін є поширення інформаційних технологій на планеті.

Їх проникнення у сферу життєдіяльності людей тісно пов'язане із фізичними можливостями їх доступу до Інтернету. Як видно із таблиці 1, сьогодні 34,3% земної популяції мають доступ до Всесвітньої мережі, причому найбільша частка користувачів від числа населення світу належить Азії (3922066987 або 44,8%). Найбільший резерв середньострокового екстенсивного зростання кількості користувачів Інтернет-ресурсу зосереджено саме в Азійському регіоні, що пов'язано зі сприятливими економічними, технологічними та демографічними чинниками в середньостроковому періоді розвитку. З точки зору збільшення частки матеріального споживання, а також електронної комерції Азія є надзвичайно привабливою для інвесторів та рекламодавців. Проте, 70% користувачів Всесвітньої павутини проживає в багатих країнах, в той час як на долю країн, що розвиваються припадає 24% користувачів.

48

Необхідно зауважити, що дедалі більшої популярності у світі набуває бездротове з'єднання з Інтернетом, зокрема через мобільні пристрої, що істотно прискорює темпи проникнення та поширення інформаційних технологій як результат розвитку електронних інтерактивних медіа (Інтернет і мобільного медіа-просторів). Збільшення ваги реклами в інтерактивному середовищі безпосередньо пов'язане із збільшенням кількості часу, який йому присвячують люди.

Враховуючи прогнози збільшення кількості користувачів мобільного Інтернету в США до 2015 р. за допомогою мобільних телефонів до 158 млн. осіб, а власників смартфонів – до 194 млн. осіб, перспективи розширення сегменту мобільної реклами та електронної мобільної комерції є дуже суттєвими. Між 2009 і 2015 рр. цей сегмент може зрости відповідно на 37% і 65%. У світі ж кількість користувачів мобільних телефонів до кінця 2012 р., за даними ООН, сягає 6 млрд. осіб, або 86%) населення світу. Стрімке зростання ринку мобільного зв'язку відбувається за рахунок Африканського й Азіатсько-Тихоокеанського регіонів. За даними Міжнародного союзу телекомунікацій, тільки на Китай припадає понад 1 мільярд користувачів. До кінця 2012 р. планку в 1 мільярд повинна подолати і Індія. Найбільше нових користувачів



з'являється в Африці, Індії та Індонезії [3]. Приміром, китайський ринок купівлі-продажу товарів і послуг із використанням мобільних телефонів становив \$163 млн. на кінець 2006 р., а на кінець 2010 р. сягнув \$953 млн. [10].

Таблиця 1

**Користування Інтернетом у світі відносно кількості населення**

Географічний регіон	Кількість населення (на 30 червня 2012 р.), осіб	Кількість користувачів Інтернету (на 31 грудня 2000 р.), осіб	Кількість користувачів Інтернету (на 30 червня 2012 р.), осіб	Проникнення у 2012 р. (% загальної кількості населення), %	Зростання у 2000-2012 рр., %	Частка користувачів від числа населення світу, %
Африка	1073380925	4514400	167335676	15,6	3606,7	7,0
Азія	3922066987	114304000	1076681059	27,5	841,9	44,8
Європа	820918446	105096093	518512109	63,2	393,4	21,5
Ближній Схід	223608203	3284800	90000455	40,2	2639,9	3,7
Північна Америка	348280154	108096800	273785413	78,6	153,3	11,4
Латинська Америка/Кариби	593688638	18068919	254915745	42,9	1310,8	10,6
Океанія/Австралія	35903569	7620480	24287919	67,6	218,7	1,0
<b>Разом у світі</b>	<b>7017846922</b>	<b>360985492</b>	<b>2405518376</b>	<b>34,3</b>	<b>566,4</b>	<b>100,0</b>

Джерело: [15].

У світі на маркетинг у споживчому сегменті ринку щорічно витрачається близько \$1 трлн. Експерти прогнозують відновлення докризового рівня рекламування у США у 2010 р. У період 2010-2014 рр. головне змагання в онлайн-сегменті розгорнеться за користувачів Інтернет-пошуку, а це фактично 100% аудиторії мережі. Реклама в мобільному середовищі (через мобільні телефони) стане стратегічно важливою, проте ще не відіграватиме провідної ролі [11].

Світова індустрія реклами пережила такі самі важкі кризові часи, як і інші галузі матеріального та нематеріального виробництва. Наприклад, у 2009 р. незначні темпи зростання показали лише рекламні надходження від телевізійної та радіореклами в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, що, головним чином, пов'язано з Китаєм, економіка якого продовжує демонструвати позитивну динаміку ВВП, незважаючи на сповільнення темпів зростання.

Що стосується провідних галузей-рекламодавців, то обсяги їх бюджетів у 2009 р. відносно 2008 р. скоротилися пропорційно до ступеня кризи продажів, який вони переживали. Водночас у деяких секторах, а саме: в галузі масового споживання, охороні здоров'я, роздрібних торговельних мережах, продовжувалося зростання рекламних бюджетів. У 2010 р. прогнозувалося відновлення обсягів

рекламних бюджетів галузі реклами, однак їхня структура в період кризи змінювалася, і значно частіше рекламодавці перерозподіляли свої бюджети на користь інтерактивних, а не традиційних медіа.

Такої переорієнтації слід було очікувати, перш за все, від структур, які мають реальні підстави зробити висновки з попереднього негативного досвіду та змінити свою маркетингову тактику. Мова йде насамперед про те, що в Інтернет-рекламу, в силу таких обставин, спрямовуватимуть більшу частку рекламних бюджетів саме ті, хто скоротив обсяги рекламних бюджетів у традиційних медіа. В першу чергу це підприємства галузей автомобілебудування, банківських і фінансових послуг, легкої промисловості (одяг та аксесуари). Згідно з дослідженнями Прайсвотерхаус Купере, у США за період 2005-2009 рр. частка Інтернет-реклами в комбінованих рекламних бюджетах зросла із 8 до 17%, і ця тенденція зберігається [21]. Хоча обсяги прибутків Інтернет-реклами, як і інших медіа, у 2009 р. у США скоротилися на 3,4% порівняно із 2008 р., склавши \$22,6 млрд. [13], проте це “найменше падіння у процентному співвідношенні відносно інших медіа-носіїв. Починаючи з останнього кварталу 2009 року, ринок зростав і цілковито відновився до кінця 2010 р. Зауважимо, що у США 89% ринку онлайн реклами зосереджено у 50 найбільших рекламних агентств [16]. Реклама у пошуку і банерна реклама є лідерами серед форматів Інтернет-реклами, і їхні обсяги продовжують зростати (див. таблицю 2).

Що стосується країн Західної Європи, то у 2009 р. близько 50% рекламних бюджетів для Інтернету припадало на Великобританію і Німеччину (\$2,3 млрд.). Разом із Італією, Францією та Іспанією вони утворюють п'ятірку європейських країн-лідерів за обсягами Інтернет-реклами (78% ринку) і доходами від рекламної діяльності у цілому. Водночас, рекламний Інтернет-бюджет країн Західної Європи у 2009 р. становив лише 22,4% аналогічного бюджету США [5, с.32-37].

Лідером у питаннях реклами за темпами та якістю впровадження нових Інтернет і мобільних технологій у світі залишаються США (показник клькості користувачів Інтернету там також найвищий у світі). В Європі беззаперечним лідером онлайн-ринку реклами є Великобританія, що пов'язано з такими чинниками – більшість населення має доступ до широкополосного Інтернету, нові технології із США приходять першими саме сюди, високий рівень життя,

відсутність мовного бар'єру. В Азійсько-Тихоокеанському регіоні лідирують Японія і Китай (якісно та кількісно відповідно), на пострадянському просторі – Російська Федерація.

Таблиця 2

**Розподіл надходжень від Інтернет-реклами у США  
за рекламними форматами**

<b>Рекламний формат</b>	<b>Грудень 2009, % (млн. дол. США)</b>	<b>Грудень 2008, % (млн. дол. США)</b>
Пошук	47 (10,698)	45 (10,546)
Інформація на екрані:	35 (7,965)	33 (7,640)
– банерна реклама	22 (5,061)	21 (4,877)
– мультимедійна реклама	7 (1,505)	7 (1,642)
– цифрове фото	4 (1,017)	3 (0,734)
– спонсорство	2 (0,383)	2 (0,387)
Дошки оголошень	10 (2,254)	14 (3,174)
Списки посилань	6 (1,451)	7 (1,700)
Електронні розсилання	1 (292)	2 (405)

Джерело: [13].

Глобальна мережа є одним з кращих місць для розміщення реклами, що підтверджується прибутком, який вона приносить щорічно. У 2011 році дохід від Інтернет-реклами побив усі мислимі і немислимі рекорди, склавши практично 32 млрд.\$. Якщо бути точним, то загальний розмір прибутку дорівнює 31,7 млрд. \$. Порівнюючи цей результат з аналогічним за 2010 рік, побачимо, що різниця складе 22% на користь минулого року, повідомляє Computer World з посиланням на – дослідження компанії Pricewaterhouse Coopers. Мобільна Інтернет-реклама в 2011 році стала найбільш швидкозростаючою і розвивається з усіх сфер даного ринку. її зростання склало 150%, а дохід – 1,6 млрд. \$.

Темпи зростання особливо вражають, тому що сфера цифрової реклами за 2011 рік зросла значно істотніше, ніж за 2010 рік. Крім того, зростання продовжується і до цього дня, і його темпи лише нарастають на тлі поширення широкосмутового доступу у всесвітню павутину. Як зазначає Шеріл Мейн (Sherrill Mane), старший віце-президент з досліджень в компанії Interactive Advertising Bureau [20], рекламодавці навіть не встигають за таким стрімким зростанням платформи, але активно продовжують інвестувати в неї мільйони доларів, адже гроші повинні вкладатися в ту область,

де знаходиться багато потенційних клієнтів, а Інтернетом сьогодні користується велика кількість жителів нашої планети.

Разом з мобільною рекламою в 2011 році спостерігався розвиток пошукової реклами і банерів в цифровому відео, але за темпами росту ці види реклами не дотягують до 150-відсоткового результату мобільного Адвертайзінгу. Це, вважають експерти, прямо пов'язане з появою великої кількості смартфонів і планшетів, в тому числі і бюджетних моделей, а також прийнятних тарифних планів у операторів стільникового зв'язку. Згідно з прогнозами, у поточному році загальна ситуація не зміниться - мобільна реклама в мережі, як і раніше буде найбільш швидкозростаючою.

Однак Інтернет-реклама все ще не є найприбутковішою - за даними агентства Kantar Media рівень її доходів мало не в два рази нижче прибутку від усіх видів реклами на телебаченні [22].

52 — Світовий ринок реклами, ситуація на якому безпосередньо впливає і на Україну, виявляє тенденції до консолідації реклами у традиційних та інтерактивних медіа. Окрім простого перерозподілу бюджетів, відбувається вироблення нових маркетингових стратегій управління рекламною діяльністю і так званих крос-медіа стратегій. Такі стратегії надають можливість комбінування та взаємодтримки, а також продовження і розвитку рекламного повідомлення в різних медіа-середовищах, встановлення прямого зв'язку між рекламним повідомленням у традиційних медіа та он-лайн у рамках однієї рекламної кампанії.

Крім банерів, набули широкого використання електронна пошта, партнерський та вірусний маркетинг, а також спам – розсилка комерційної, політичної та іншої реклами чи іншого виду повідомлень особам, які не виражали бажання їх отримувати.

Розвиваючись та поступово завойовуючи ринок, сегмент Інтернет-реклами вийшов на перші позиції в США (див. рис. 1).

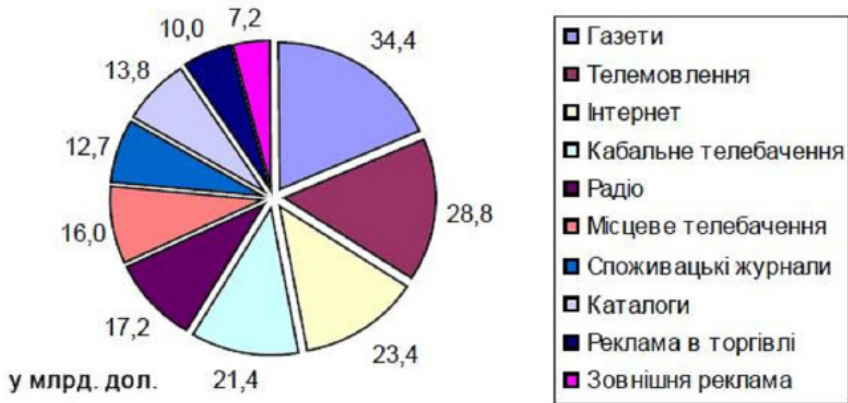
Враховуючи попередній розвиток ринку Інтернет-реклами, на сьогоднішній день можна виділити такі його сегменти:

1. Медійна реклама – розміщення текстово-графічних (банерних) рекламних матеріалів на сайтах-ресурсах, що представляють собою рекламну площу. Обсяги медійної реклами в США за останні роки майже не змінювались у відсотковому значенні, але за рахунок розширення ринку постійно зростав її грошовий обсяг. Так, у 2006 р. медійна реклама в США займала 32% ринку – 5,4 млрд. дол.;

у 2007 р.: 34% – 7,1 млрд. дол. [18, с. 10]; в 2008 р.: 33%) – 7,6 млрд. дол. [17, с. 10]. За підсумками 1-го півріччя 2009 р. доходи від медійної реклами склали 3,8 млрд. дол. – 35% ринку.

Рисунок 1

**Обсяги ринку реклами США в 2008 році за сегментами,  
у млрд. дол.**



До лідерів, що займаються розміщенням медійної реклами, можна віднести «Google», «Yahoo», «Яндекс», «Рамблер». Із вітчизняних – «Українська Банерна Мережа», «BigBN», «Advertarium», «AdRock».

2. Пошукова реклама – розміщення текстово-графічних рекламних матеріалів поруч із результатами пошуку. В останні роки в США існує тенденція до зростання даного сегменту. У 2006 р. пошукова реклама займала 40%) – 6,8 млрд. дол.; в 2007 р.: 41% – 8,8 млрд. дол. [18, с. 10]; в 2008 р.: 44%) – 10,5 млрд. дол. (див. рис. 2) [17, с. 10]. Вона продовжила збільшувати свою частку в 1-му півріччі 2009 року в порівнянні з 2008 р. (з 44% до 47%). Загалом витрати на пошукову рекламу фактично зросли на 1,7% або до 5,1 млрд. дол. [19, с.10]. Найвідомішими компаніями, які надають такі послуги є «Google», «Yahoo!», «Яндекс», «MSN», «Мета» (Україна).

До пошукової реклами відносять також контекстну рекламу – вид розміщення Інтернет-реклами, в основі якого лежить принцип відповідності змісту рекламного матеріалу контексту (інформації) Інтернет-сайту, на якому розміщується даний матеріал.

Типовими представниками даного напрямку є іноземні «Google AdWords», «Яндекс Директ» та українські «Мета-контекст», «Бігмір-Інтернет».

3. Реклама з використанням електронної пошти. До цього сегменту відносять розсилку передплатникам та розміщення реклами у розсилках новин.

4. Електронна дошка оголошень. Доходи від оголошень у 1-му півріччі 2009 р. впали на 31%) порівняно з аналогічним періодом 2008 р., з 1,6 млрд. дол. до 1,1 млрд. дол. [19, с. 10].

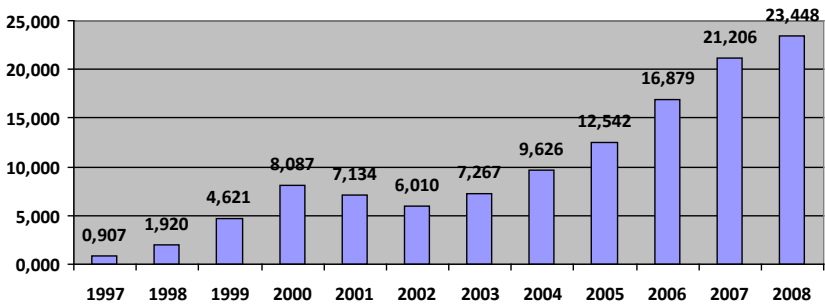
5. Агентська комісія та гонорари. Прибутки одержані в цьому сегменті впали на 10% – з 806 млн. дол. до 728 млн. дол. [19, с. 10].

Аналіз загального обсягу ринку Інтернет-реклами США за 1999-2008 рр. чітко показує помітну тенденцію до його зростання (див. рис. 2). Отже, більшість напрямків втрачають свої позиції, зростання відбувається за рахунок пошукової та медійної реклами, остання розвивається значною мірою від впровадження нових видів (Rich-media).

54

Рисунок 2

**Річний дохід від Інтернет-реклами в США  
за 1997-2008 рр., у млрд. дол.**



Джерело: [18, с.6].

Європейські ринки Інтернет-реклами вирізняються рівномірним зростанням як загального ринку, так і пошуково-контекстного та Rich-media сегментів. У 2008 р. обсяги ринків європейських країн становили: Польща – 160 млн. дол., Чехія – 296 млн. дол., Великобританія – 5 млрд. дол., Росія – 350 млн. дол., Литва – 22 млн. дол., Латвія – 17 млн. дол., Естонія – 17,5 млн. дол., Хорватія – 13 млн. дол., Болгарія – 16 млн. дол.

Кількість користувачів Інтернету та мобільного зв'язку в Україні також продовжує зростати. За оцінками світових організацій (Міжнародна телекомунікаційна спілка при ООН, ITU), станом на 30 червня 2012 р. із 44 854 065 українців мали доступ до Інтернету 15 300 000, або 34,1% населення України (проти 5 278 100 млн. – у 2006 р.) [14]. Причому українці складають 3,0% від загальної кількості європейців, що мають доступ до Всесвітньої павутини.

Відзначимо, що для Києва та Київської області характерне, як і раніше, глибше проникнення Інтернет-технологій, ніж у цілому в Україні. Саме на цей регіон припадає 59,38% від загальної кількості користувачів мережі. На другому місці за числом користувачів знаходяться такі українські міста як Одеса, Донецьк, Дніпропетровськ, Харків, Львів, Запоріжжя, а також АР Крим. Найменше користувачів Інтернету в Житомирі, Луцьку та Чернівцях [6]. Якщо розглянути тендерну структуру користувачів, то стає помітним переважання чоловічої аудиторії – 56% користувачів, жінок відповідно – 44% [7, с. 3].

Український ринок Інтернет-реклами набрав великих обертів за останні роки. Адже ще в 2004 році він оцінювався лише в 1,5 млн. дол. Такий незначний обсяг експерти пояснюють тим, що Інтернет-реклама започаткована у нас дещо пізніше, ніж в інших європейських країнах. Це, у свою чергу, спричинено, перш за все, повільним зростанням Інтернет-аудиторії, що обумовлено низькою платіжною спроможністю населення. Якщо розглянути розподіл обсягу ринку реклами за сегментами, то бачимо, що обсяги Інтернет-реклами зростають швидше, ніж інших сегментів, хоча й не займають лідируючих позицій за кількістю залучених коштів рекламодавців.

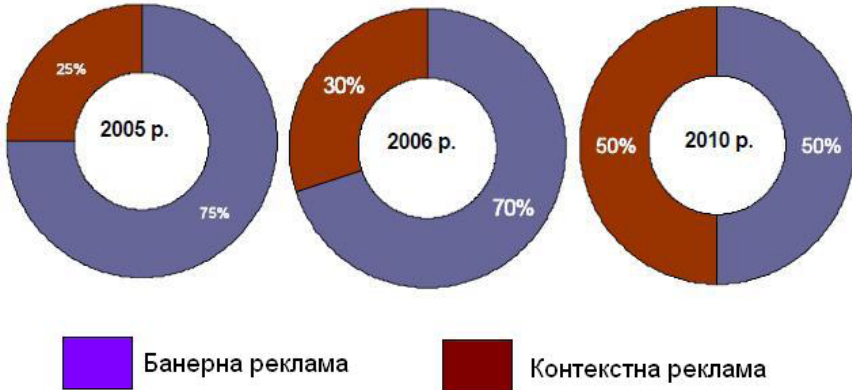
Доходи від Інтернет-реклами в 2007 р. порівняно з 2004 р. дали приріст 3633,33%», тобто збільшились із 1,5 млн. дол. до 56 млн. дол., у той час, як реклама на телебаченні мала приріст 1231,52%, зовнішня реклама – 898,84%), реклама в газетах та журналах – 1645,68%), реклама на радіо – 1376,92%, реклама в інших засобах (агентська комісія, гонорари та ін.) – 64,68% [2, с. 103].

За підрахунками аналітиків, вже наприкінці 2009 року спостерігалось зростання Інтернет-реклами на 89% (по відношенню до 2007 р.), тобто воно становило 100 млн. грн., або \$12,5 млн. (більша частина рекламних надходжень – від Інтернету) [12]. Причому

40% цієї суми заробляють Інтернет-холдинги, які продають свої рекламні можливості через власні будинки продаж. Структура ринку Інтернет-реклами в Україні наведена на рисунку 3.

Рисунок 3

**Сегментний розріз ринку Інтернет-реклами в Україні  
(на 2010 рік прогнозні дані)**



Джерело: [1, с. 109].

У розвитку ринку простежуються загальносвітові тенденції до росту контекстної (пошукової) реклами та до зменшення долі банерної (медійної). Банерна реклама виступає більше іміджевим інструментом, тоді як контекстна дозволяє точково діяти на споживача, з'являючись у той момент, як він вводить параметри пошуку чи на тематичних сайтах. Банерну рекламу більше використовують великі рекламодавці. Її ціна варіюється залежно від розмірів банера, площі, на якій він розміщений, та може коливатися від 10 дол. до 10 тис. дол. за рекламну кампанію. Контекстну (пошукову) рекламу використовують середні та малі фірми. Ціна на неї вираховується таким чином: потенційний споживач шукає певну інформацію через пошукову систему, вводить запит за ключовими словами, а пошукова система видає разом зі знайденими джерелами рекламні повідомлення. Кожен «клік» по такому повідомленню коштує його рекламодавцеві 0,1-1,5 дол., хоча ціна може бути і більшою, залежно від товару чи послуги, яка рекламується.

На сьогоднішній день найавторитетнішими представниками надання послуг Інтернет-реклами є такі компанії: «Мета», холдинг



«Бігмір-Інтернет», «Target Media Group Ukraine», «Ехо», сейл-хаус «FISH», «УБС», агентство «Раскрутка», «AdRock». Хоча лідерами все одно залишаються загальноновизнаний бренд «Google» та російський «Яндекс».

Так ціни на Інтернет-рекламу на «Меті» складають [9]:

- банерна реклама: 116,9-147 грн. (без ПДВ та податку на рекламу) за 1000 показів;
- контекстна реклама: від 0,5 грн. за перехід, мінімальна сума рекламної кампанії 50 грн.;
- пакетне розміщення: 32,2-44,1 грн. (без ПДВ та податку на рекламу) за 1000 показів;
- підпис до повідомлень, що відправляються поштою: 6250 грн. / тиждень, 125000 відправлень на тиждень;
- анонс новин: головна сторінка – 6-а позиція в блоці новин – 9000 грн. / 370000 показів в день; головна сторінка News.meta.ua в блоці «Головні новини дня» – 2000 грн. / 28000 показів в день.

Ціни на Інтернет-рекламу в Бігмір-Інтернет (без ПДВ та податку на рекламу) [8]:

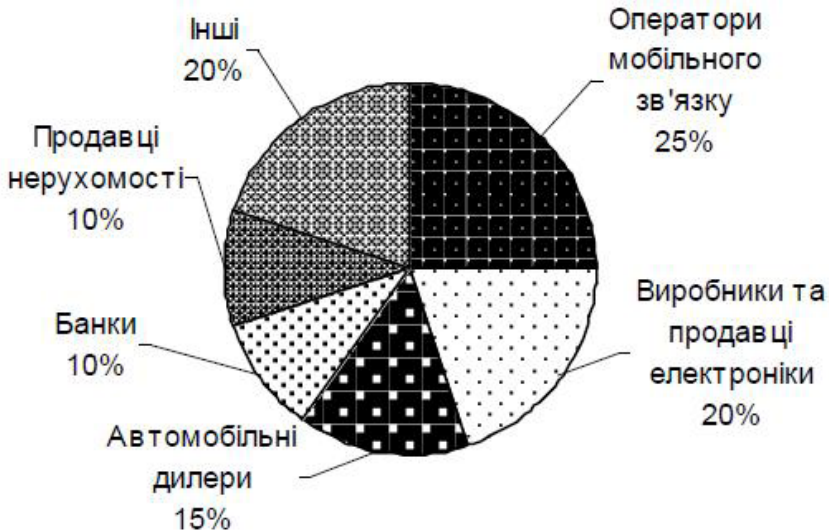
- відео реклама: 180-290 грн. / 1000 показів (прогноз – 30000-80000 тис. показів);
- Rich-media формат: 130-272 грн. /1000 показів;
- банерна реклама на всіх сайтах холдингу: 16-23 грн. / 1000 показів, (прогноз – 1,8-10 млн. показів);
- пакетне розміщення: 38-68 грн. /1000 показів;
- реклама в ICQ: мінімальна кампанія 3750 грн., 24 год. – 31310 грн. / 360000 показів.

За оцінками Інтернет-агентств, в Україні в 2006 р. нараховувалось близько 1,5 тис. активних рекламодавців, котрі користувались послугами різноманітних інструментів для реклами в Інтернеті. Близько половини становили оператори мобільного зв'язку та продавці, виробники електроніки. Вони, головним чином, використовували медійну рекламу задля підвищення чи підтримання іміджу. Частка рекламних бюджетів великих компаній, яка виділялась на рекламу в Інтернеті, була досить низькою – 0,5-1%. У середніх компаніях, для яких імідж не першочергова справа, вона становила до 5% бюджету. А малі компанії, які тільки-но почали розвиватись і формувати ядро своїх потенційних та реальних клієнтів, вже в цей час активно використовували Інтернет-рекламу. Її частка в реклам-

ному бюджеті становила більше 20%. Структуру основних споживачів Інтернет-реклами наведено на рисунку 4.

Рисунок 4

**Структура рекламодавців за групами  
на ринку Інтернет-реклами України на кінець 2006 р., %**



58

Джерело: [2, с. 100].

Вся реклама в Інтернеті, як і будь-яка, спрямована на привернення уваги потенційних клієнтів та підтримання іміджу в уже існуючої аудиторії. Якщо проаналізувати українську Інтернет-аудиторію, то з кожним роком помітне зростання її чисельності. Це пов'язане, головним чином, із розвитком Інтернет-провайдерів у Києві та містах-мільйонниках [2, с. 104].

Ємність українського ринку реклами в цілому та Інтернет-реклами зокрема є незначною порівняно як із російськими, так і з європейськими обсягами продажів. Однак уже сьогодні в Україні застосовуються інтерактивні технології, а розширення і поглиблення переліку послуг рекламних агентств із використанням інформаційних технологій, а також подальше зростання кількості домогосподарств, які мають доступ до Інтернет-мережі, дозволить українському ринку реклами істотно збільшити ефективність контактів із цільовою аудиторією та зменшити їх собівартість.

Слід зазначити, що найменш охопленим сектором, який взагалі відсутній у переліку пропонованих рекламних послуг в Україні, є мобайл-медіа інтерактив. Тому українські рекламні агентства, формуючи стратегії інноваційного розвитку, повинні зосередити увагу на впровадженні таких видів рекламних послуг на базі інформаційних технологій, як, зокрема: мобільний директ-маркетинг (створення і робота з базами смс-розсилання), Інтернет-смс, крос-медіа стратегії, брендovanі мобільні ігри та розваги для споживачів, смс-купони. Міжнародний досвід свідчить, що ці формати є ефективними для компаній і затребуваними та популярними серед покупців рекламних послуг. У галузі Інтернет-просування для українського ринку рекламних послуг найбільш актуальними сьогодні є відео-реклама в мережі та спонсорство, а також Інтернет-брендинг, вірусний маркетинг, створення сайтів-супутників, робота із соціальними мережами, прихована реклама [4, с. 46-49].

Сектор інтерактивних медіа, а отже, і реклами за допомогою Інтернет та мобільних пристроїв, має об'єктивні умови для подальшого динамічного розвитку і суттєвого збільшення фінансових надходжень від рекламодавців та користувачів протягом наступних десятиліть.

Можна припустити, що конкретна боротьба між лідерами рекламного ринку он-лайн буде загострюватися, а міжнародні мережеві агентства повного циклу продовжуватимуть купувати малі успішні компанії зі сфери мобільного маркетингу, з огляду на стратегічну перспективність мобільного сегменту рекламного ринку.

#### **Джерела та література:**

1. Бакалинская А. Не выпасть из контекста / А. Бакалинская // Бизнес. – 2006. – №38. – С. 108-110.
2. Зими́на Е. Попасть в ссы́лку / Е. Зими́на // Бизнес. – 2006. – № 12. – С. 100-104.
3. К концу года число пользователей мобильной связи превысит 5 миллиардов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rodbornosti.ua/mobile/2010/07/06/698799.html>
4. Матвійчук-Соскіна Н.О. Методи створення інформаційних продуктів для потреб маркетингового менеджменту / Н.О. Матвійчук-Соскіна // Економічний часопис – XXI. – 2009. – № 9-10. – С 46-49.

5. Матвійчук-Соскіна Н.О. Удосконалення торгівлі рекламними послугами на базі застосування інформаційних технологій / Н.О. Матвійчук-Соскіна // Економічний часопис – XXI. – 2010. – №5-6. – С. 32-37.

6. Популярність українського Інтернету росте [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itua.info/internet/23376.html>

7. ТОВ «Бігмір-Інтернет» Глобальна статистика українського Інтернету. Листопад 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : [bigmir-internet.com.ua/news/archive/1003/](http://bigmir-internet.com.ua/news/archive/1003/)

8. ТОВ «Бігмір-Інтернет» Прайс-лист [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://meta.ua/business/zakaz/types.asp>

9. ТОВ «Мета» Види реклами [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://meta.ua/business/zakaz/types.asp>

10. 2010 World Digital Economy – E-Commerce and M-Commerce Trends [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.budde.com.au/Research/2010-World-Digital-Economy-E-Commerce-and-M-Commerce-Trends.html#toc>

60

11. Advertising & Marketing Company Reports: reports [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketresearch.com/Marketing-Market-Research-c70/Advertising-Marketing-c51/Advertising-Marketing-Company-Reports-cl421/>

12. АІПІ/Sarat: інтернет сейлз-хаусы набирают вес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/16275/48/lang.ru/?period=7>

13. Internet Ad Revenues Reach Record Quarterly High of \$6.3 Billion in Q4'09 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.iab.net/about\\_the\\_iab/recent\\_press\\_releases/press\\_release\\_archive/press\\_release/pr-040710](http://www.iab.net/about_the_iab/recent_press_releases/press_release_archive/press_release/pr-040710)

14. Internet User Statistics & Population for 53 European countries and regions [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>

15. Internet World Stats [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

16. Mobile Web Advertising Measurement Guidelines [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iab.net/guidelines/508676/guidelines/mobilewebmeasurementguidelines.htm>

17. PricewaterhouseCoopers and Sponsored by the Interactive Advertising Bureau (IAB) / IAB Internet Advertising Revenue Report. 2008 Full-Year Results. March 2009. (263Kb) – NY [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.iab.net/media/file/IAB\\_PwC\\_2008\\_full\\_year.pdf](http://www.iab.net/media/file/IAB_PwC_2008_full_year.pdf)

18. PricewaterhouseCoopers and Sponsored by the Interactive Advertising Bureau (IAB) / IAB Internet Advertising Revenue Report. 2007 Full-Year Results. May 2008. (270Kb) – NY [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : [http://www.iab.net/media/file/IAB\\_PwC\\_2007\\_full\\_year.pdf](http://www.iab.net/media/file/IAB_PwC_2007_full_year.pdf)

19. PricewaterhouseCoopers and Sponsored by the Interactive Advertising Bureau (IAB) / IAB Internet Advertising Revenue Report. 2009 Second-Quarter and First Six Months Results. (547Kb) – NY [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://www.iab.net/media/file/IAB-Ad-Revenue-Six-month-2009.pdf>

20. Recent Press Releases [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.iab.net/about\\_the\\_iab/recent\\_press\\_releases](http://www.iab.net/about_the_iab/recent_press_releases)

21. Targeting Local Markets: An IAB Interactive Advertising Guide [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.iab.net/about\\_the\\_iab/recent\\_press\\_releases/press\\_release\\_archive/press\\_release/pr-040710](http://www.iab.net/about_the_iab/recent_press_releases/press_release_archive/press_release/pr-040710)

22. Virtual word VS real life [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kantarmedia.com/content/virtual-world-vs-real-life/>

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ У РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА**

Стаття присвячена аналізу законодавчої бази регулювання засобів масової інформації в Республіці Польща. Автор, зауважує, що від початку демократичних перетворень Польща створила нову правову базу для функціонування вільних та незалежних ЗМІ. Курс країни на європейську та євроатлантичну інтеграцію призвів до вдосконалення національних законів про ЗМІ у відповідності з європейськими стандартами у медіарегулюванні, зокрема, в таких сферах, як реклама (тривалість, різновиди рекламної продукції, етичні норми), спонсорство, захист найменшин, право на відповідь, поширення європейських аудіовізуальних продуктів на польському медіаринку та інше.

**Ключові слова:** ЗМІ, медіаринок, правове регулювання, директива.

62

Стаття посвящена аналізу законодательной базы регуляции средств массовой информации в Республике Польша. Автор, отмечает, что сначала демократических преобразований Польша создала новую правовую базу для функционирования свободных и независимых СМИ. Курс страны на европейскую и евроатлантическую интеграцию привел к совершенствованию национальных законов о СМИ в соответствии с европейскими стандартами в медиарегуляции, в частности, в таких сферах, как реклама (длительность, разновидности рекламной продукции, этические нормы), спонсорство, защита меньшинств, право на ответ, распространение европейских аудиовизуальных продуктов, на польском медиарынке.

**Ключевые слова:** СМИ, медиарынок, правовое регулирование, директива.

*This article deals with legislation framework analysis that governs media sphere in Poland. The author notes that since the beginning of democratic changes Poland has created a new legal framework of a free and independent media functioning. The European and Euro-Atlantic integration state course has led to the improvement of national laws on media in accordance with European standards of media regulation, particularly in such areas as advertising (duration, types of promotional products, ethical), sponsorship,*

---

---

*protection of minorities, the right to reply, spreading of European audio-visual products on the Polish media market etc.*

**Keywords:** *media, media market, regulation, directive.*

Глибокі формаційні зміни, що відбулися в 1990-ті рр. у Польщі не могли не торкнутися такої важливої сфери життя сучасного суспільства як масова комунікація. Система засобів масової інформації, що склалася в умовах «реального соціалізму», зазнала глибокої трансформації на шляху до створення інформаційних структур, що відповідають вимогам політичного плюралізму, демократії, ринкової економіки. Відбулася зміна форм власності в медійному секторі, сформувалися нові організаційно-економічні схеми функціонування засобів масової інформації.

Від початку демократичних перетворень Республіка Польща створила нову правову базу для функціонування вільних та незалежних ЗМІ. У країні правова база медіареформ була сформована відповідно до європейських та міжнародних стандартів. Взагалі, рамкові умови діяльності національної преси, радіо, телебачення є одним із найважливіших питань, які слід розв'язати для успішного розвитку демократичного суспільства.

У сучасній Польщі наступні законодавчі акти регулюють діяльність ЗМІ в країні: Закон «Про право преси» від 1984 р., «Про радіо та телебачення» (1992 р.) зі змінами та доповненнями від 1995 р., 2001 р. і 2004 р., а також Закон «Про пошту та телекомунікації» (1990 р.), Закон «Про авторські права» (1993 р.) та Закон «Про комунікації» (1990 р.).

Дана проблема частково розглядалася медіаспеціалістом факультету журналістики Московського державного університету імені М. Ломоносова Л. Євсеевою, яка спеціалізувалася на дослідженні ЗМІ в Польщі до та після демократичних перетворень у державі [29]. Аналізом законодавства у сфері ЗМІ займалася і польська медіадослідниця Беата Космальська [27], котра проаналізувала зміни, що відбулися в 1989-2006 рр. на ринку друкованих та електронних медіа.

Метою даної статті є оцінка правової бази функціонування засобів масової інформації в Польській Республіці.

Закон від 2 січня 1984 р. «Про право преси» регулює діяльність періодичних видань та журналістів. За законом преса як нада-

вещ інформації користується свободою слова, правом доступу до публічної інформації. Закон також проголошує одночасно і право на захист інформації: «ніхто не може зазнати шкоди чи образи внаслідок публікації інформації, якщо діяв в межах закону [11]. Охорона інформації стосується також як журналіста, так і інформатора: журналіст (автор матеріалу) має право зберігати своє прізвище в таємниці (як і інформатора). Не можна надавати інформацію про приватне життя особи, якщо вона не дала на це згоди. Закон також регулює реєстрацію періодичних видань, функціонування головної ради управління пресою щодо розміщення реклами і платних оголошень [11].

64

19 грудня 1992 р. парламент прийняв новий Закон «Про радіо та телебачення» («за» – 198 голосів, «проти» – 172). Закон поділений на 9 розділів. Перший розділ присвячений завданням телерадіомовлення та умовам надання концесій на мовлення. Другий розділ визначає завдання, окреслює напрями діяльності та контроль над мовниками Національної Ради з питань радіомовлення і телебачення; окреслює абонплату а також стимулювання досліджень в сфері електронних ЗМІ. Третій розділ стосується радіо- та телепрограм, де зобов'язує надавців, щоб 33% поквартального часу їхніх програм складала вітчизняна продукція з першопочатковим польськомовним звучанням та щонайменше 10% європейських програм. Під час чергового доповнення закону запроваджено, щоб у теле- та радіоефірі мають складати 33% квартального часу музичні твори виконані польською мовою, телевізійних мовників зобов'язують до 50% трансляції європейських програм [13]. Європейська програма за законом визначається як програма створена в одній з країн-членів ЄС або – в європейській країні, яка підписала Європейську Конвенцію про транскордонне телебачення від 5 травня 1989 р. Стаття 16 і 17 зазначає, що «реклама не повинна займати більше ніж 15%, а загальна реклама з телепродажем... більше ніж 20% денного часу трансляції програм і не більше ніж 12 хвилин протягом години» [13]. Рекламні блоки, які виставлені виключно на продаж не повинні займати в програмі не більше ніж 3 години денного часу, мінімальний час тривалості такого блоку 15 хвилин, а кількість таких блоків не повинна перевищувати 8.

Наступний розділ Закону стосується суспільного радіомовлення і телебачення. П'ятий розділ присвячений наданню концесій на



мовлення. Ліцензію може тримати польський громадянин чи юридична особа, яка має постійне місце перебування в Польщі. Першопочатково частка зарубіжного капіталу в акціонерній спілці не могла перевищувати 33%, а після доповнення 2004 р. – 49%. До 2004 р. ліценція видавалася на 5 років, але не довше ніж на 10 років на телебаченні і 7 років – радіомовлення, після доповнення 2004 р. – ліцензії видаються на 10 років [13]. Належним чином в Законі врегульовано питання розподілення програм в кабельних мережах та чітко вказується, що така діяльність вимагає реєстрації (6 розділ). Уточнено основи абонентських оплат (7 розділ). Восьмий розділ розглядає правову відповідальність за порушення положень закону, дев'ятий – містить зміни раніше зобов'язуючих норм.

До 1999 р. до Закону про радіомовлення і телебачення приймалося п'ять поправок. Незважаючи на це документ відставав від блискавичного розвитку електронних ЗМІ, тому Нарада розпочала в 1996 р. роботу над його адаптацією закону до вимог Конвенції про транскордонне телебачення, авторського права та оцифрування мовлення. Результатом праці стало комплексна поправка, яку парламент прийняв у 1998 р., однак вона не була визнана Президентом, підставою відмови стало порушення конституційного порядку в державі, що полягає в забезпеченні відкритого, плюралістичного характеру ЗМІ та незалежності їх від влади [8].

2 квітня 2004 р. запроваджено поправку до Закону, яку можна назвати європейською. Акт остаточно регулював такі проблеми, як поняття польського, європейського і зарубіжного мовника, польські та європейські програмні квоти, реклама, спонсорство, надання ліцензій та резервування частот на отримання концесій [16]. Чергова поправка була прийнята 29 грудня 2005 р. [12]. Новий правовий акт *de facto* підпорядковував Нацраду виконавчій владі, піднімав проблеми суспільного мовника, надання ліцензій та резервування частот для отримання ліцензій. Закон був поданий на розгляд конституційного Суду – Речнику Громадянських Прав. На його думку, поправка аж в п'яти пунктах суперечила Конституції. Конституційний Суд підтримав Речника лише в одному випадку, визнаючи в червні 2006 р., що суперечить Основному закону, спосіб обрання Голови Нацради, який призначався Президентом [18]. Сейм у прискореному порядку прийняв нову поправку, за якою Голова Нацради обирається її членами [17].

26 серпня 2005 р. Міжвідомча Комісія з питань стратегії розвитку радіомовлення і телебачення (за розпорядженням Голови Ради Міністрів з листопада 2004 р.) прийняла «Стратегію Польської держави в сфері електронних ЗМІ на 2005-2020 рр.», яка була розроблена Нацрадою та пройшла громадське обговорення. Потім за поданням Міністра культури взята до уваги Радою міністрів у листопаді 2005 р. [19]. Цей документ є першим після 1989 р. комплексним опрацюванням, що висвітлює політику держави щодо електронних ЗМІ. «Стратегія» виконує потрібну функцію: з одного боку визначає політику держави щодо електронних ЗМІ на найближчі 15 років, з другого – визначає перспективи для суб'єктів діяльності в цій сфері, а також дає істотні підстави для правового регулювання. В «Стратегії» стверджується, що електронні ЗМІ не обмежуються лише радіомовленням і телебаченням, а охоплюють також інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), що спрямовані на реалізацію завдань електронної комунікації. Фактично цей документ реалізовує мету ЄС – творення політики побудови інформаційного суспільства інтегрованої з політикою для аудіовізуальних ЗМІ [9].

66

—

Підставою до вироблення «Стратегії» стала Біла Книга, або «Політика польської держави в галузі електронних ЗМІ в контексті європейської аудіовізуальної політики – передумови нового закону про електронні ЗМІ» [2].

«Стратегія» описує бажану модель аудіовізуального ринку, що базується на існуванні трьох категорій мовників, для яких точно визначає їхній статус, завдання та джерела фінансування. Визначає різні рівні системи електронних медіа – загальнонаціонального, надрегіонального, регіонального і локального – і формулює мету політики держави до кожного з них. Черговим питанням, яке розглядається в документі є впровадження цифрових стандартів, а також функціонування ринку цифрового телерадіомовлення. Чимало положень «Стратегії» спрямовані на реалізацію захисту свободи слова та інформації в електронних ЗМІ, їх незалежності та ролі в демократичній системі.

Структурний плюралізм телерадіоринку та плюралізм програмної пропозиції – це одна з ключових цілей «Стратегії». В цьому контексті розглядаються питання охорони місцевих ЗМІ, ліцензійна політика, захист доступу до електронних ЗМІ нац-

меншин, та пропонує конкретні кроки на користь розвитку аудіовізуальної продукції в Польщі. Розглядає також участь Польщі в формуванні міжнародної медіаполітики.

Багато уваги в документі присвячено моделі регулювання електронних ЗМІ, тому окреслює бажану форму, роль і компетенцію інтегрованого регуляційного органу в сфері електронних медіа та мережі і послуг електронної комунікації [9]. Регулювання електронних ЗМІ входило до компетенції наступних органів:

- Національної Ради з питань радіомовлення і телебачення (KRRiT);
- Управління з регулювання телекомунікації і пошти (Urząd Regulacji Telekomunikacji i Poczty (URTiP));
- Управління захисту конкуренції та консументів (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK)).

В умовах поступової інтеграції та взаємозалежності вимагається тісна співпраця Нацради з Управлінням регулювання телекомунікації з різних питань функціонування цифрового телерадіомовлення. В багатьох країнах відбулося об'єднання регулюючих органів телекомунікації та телебачення і радіомовлення. І в документі наголошується на потребі створення такого органу і в Польщі, який для забезпечення ефективної діяльності суспільної законності повинен дотримуватися двох умов:

- Збереження цілковитої безсторонності і незалежності;
- Збереження прозорої внутрішньої структури та хорошої зовнішньої і внутрішньої комунікації як умови необхідної для швидкого реагування на технологічний розвиток та ринкові зміни.

«Стратегія» пропонує три варіанти нового інтегрованого органу управління: багатоособового, одноособового та одноособовий орган, що співпрацює з Народою [9].

В зв'язку з цим 30 грудня 2005 р. Президент Польщі підписав Закон від 29 грудня 2005 р. про перетворення і зміни в поділі завдань та компетенції державних органів зі справ зв'язку, радіо та телебачення [12]. Згідно з цим законом ліквідується Управління з регулювання телекомунікації і пошти і створюється новий центральний орган урядової адміністрації – Управління з електронної комунікації (УЕК) *Urząd Komunikacji Elektronicznej*). До компетенції Голови УЕК належать попередні компетенції і завдання Голови Управління з регулювання телекомунікації і пошти, а також деякі повноваження голову-

ючого Нацради. Стосується це, зокрема, питань пов'язаних з:

- веденням реєстру телекомунікаційних підприємств у забезпеченні системи умовного доступу, електронних гідів по програмах й мультиплексування цифрових сигналів;
- аналізом відповідних ринків, підтримка, зміна або видалення нормативних зобов'язань щодо операторів у наданні систем умовного доступу;
- бронюванням частоти для поширення або поширення радіо- і телевізійних програм (у консультації з головою Нацради);
- проведенням конкурсу для резервування частот на поширення цифрових радіо-і телевізійних програм.

Голова Управління призначається та звільняється Головою Ради Міністрів з трьох кандидатів, які йому пропонує Нарада, його каденція триває 5 років.

68 — Аналізуючи правову базу польської медіаполітики, не можна не згадати європейські нормативні документи, до яких долучилася Польща, обравши стратегію на вступ до ЄС. Одним із перших документів, до яких долучилася Польща в 1995 р. стала Директива про телебачення без кордонів (Television Without Frontiers Directive TVWF 89/552) прийнята в 1989 р. [5].

Підписавши Європейську Конвенцію «Телебачення без Кордонів», Польща взяла на себе зобов'язання удосконалити національні закони про ЗМІ у відповідності з європейськими. Цей документ мав на меті організацію вільного переміщення телевізійних програм у межах Євроспільноти шляхом встановлення свободи ретрансляції програм інших держав-членів відповідно до гармонізованих Директивою положень національних законодавств. Директивою було також здійснено мінімальну гармонізацію діяльності телекомпаній у таких сферах як реклама (тривалість, різновиди рекламної продукції, етичні норми), спонсорство, захист меншин, право на відповідь; ця гармонізація стосується діяльності компаній з поширення європейських аудіовізуальних продуктів.

Крім того, вона вимагала від транслюючих компаній резервування, за можливості та для певних різновидів продукції (за винятком часу тривання новин, спортивних передач, реклами та телеігор), переважної більшості (не менше 50%) ефірного часу саме для європейських програм. Зазначеним документом також передбачалося, що при формуванні бюджету телекомпанії 10% ефірного

часу має бути відведено для програм незалежних виробників.

Ця Директива, була доповнена в 1997 році положеннями, які містили чіткі визначення таких понять, як «телевізійна реклама» та «європейська продукція». Це було зроблено задля запровадження правил телевізійної комерції й мовлення з метою власної реклами, а також для захисту прав меншин шляхом забезпечення відповідного інформування перед початком незакодованої програми, яка може їх не влаштовувати [28].

Чергова поправка внесена в 2005 р., а 11 грудня 2007 р. Рада і Європарламент прийняли нову Директиву «Аудіовізуальні медіа-послуги без кордонів» 2007/65 ЄС (DSAVM). Директива ЄС «Про аудіовізуальні медіа-послуги» вступила в силу в кінці 2007 р., і з цього часу її регуляторні положення впродовж двох років мають бути впроваджені у законодавство країн-членів ЄС, але щонайпізніше 19 грудня 2009 р. Директива «Аудіовізуальні медіа-послуги» (2007) спрямована на всі аудіовізуальні медіа-послуги в цифрову еру в ЄС. Головною метою ревізії аудіовізуальної політики ЄС є її відповідність технологічній революції: можливість конкуренції у рівних умовах різних постачальників аудіовізуальних послуг. Документ запроваджує нові дефініції – такі як аудіовізуальні медіа-послуги, розміщення продукту або так званий «продакт-плейсмент»<sup>1</sup> («product placement»). Product placement не розміщується в дитячих, інформаційних, документальних та публіцистичних програмах. Нова Директива охоплює ряд нових, інноваційних медіа – таких як Інтернет-телебачення, мобільне телебачення, чи послуги на замовлення, що дають змогу глядачу обирати що і коли з доступного каталогу переглядати. Надає більш широке визначення того, у чому полягає реклама, включаючи спонсорство, розміщення продукції, телевізійного магазину тощо [3]. Так зберігається існуючий до цих пір максимальний 12-хвилинний ліміт передбаченого часу на рекламу впродовж години, однак знімається попередній 20 хв. ліміт між одним і іншим блоком реклами. Інформаційні програми, і програми для дітей, а також фільми (за виключенням серіалів) можна

<sup>1</sup> Продакт плейсмент (англ. product placement, дослівний переклад розміщення продукції; прихована реклама) – рекламний прийом, який полягає в тому, що реквізит у фільмах, телевізійних передачах, комп'ютерних іграх, музичних кліпах або книгах має реальний комерційний аналог. Зазвичай демонструється сам рекламований продукт або його логотип, або згадується про його гарну якість.

---

переривати рекламою не більше, як один раз за 30 хв. Це означає, що розважальні програми чи документальні можна переривати рекламними блоками без обмежень, головне щоб їх тривалість не перевищила 12 хв. на годину, не дозволено переривати релігійні трансляції.

Також нова Директива зобов'язує постачальників медіа-послуг дотримуватися законодавства не лише тієї країни в якій надають послуги, але і в якій перебувають [3]. З цього приводу Нацрадою в 2008 р. було опубліковано «Рапорт з публічних консультацій що стосуються імплементації Директиви 2007/65 ЄС» [7]. Як вже зазначалося, країни-члени ЄС для впровадження положень Директиви у національне законодавство мали час до 19 грудня 2009 р. В термін вклалися лише три країни – Бельгія, Румунія та Словаччина. До вказаного терміну 12 держав, в тому числі і Польща, не виконали покладених на них зобов'язань, або формально не повідомили про це Єврокомісію. В цій ситуації ЄК прийняла рішення про надсилання своєї позиції до 12 країн-членів. Відсутність відповіді могло б призвести до подання скарги до Суду справедливості [20]. 10 березня 2010 р. було опубліковано уніфікований варіант Директиви про аудіовізуальні медіапослуги [4].

Нагадаємо, що в 26 червня 2010 р. Комісія прийняла рішення про подання скарги щодо Польщі до Суду справедливості ЄС. Вона полягає в тому, що польське керівництво лише частково впровадили положення Директиви з 2003 р. щодо забезпечення широкого і рівного доступу до різного роду інформації, якою розпоряджається польська влада. Мова йшла про інформацію публічного сектору: цифрові карти, прогнози погоди, правову інформацію, економічну, фінансову інформацію [21]. Загалом в польському праві відсутні приписи щодо оплати за користуванням інформації суспільного сектору, недискримінації споживачів, прозорість щодо віднесення інформації до певного виду, яка може бути використана [21].

У Польщі з 2007 р. ведуться дебати щодо прийняття нового закону про ЗМІ та джерела фінансування суспільних мас-медіа. Громадянська платформа (Platforma Obywatelska), Польська селянська партія (Polskie Stronnictwo Ludowe), Союз лівого Демократичного Угрупування (Sojusz Lewicy Demokratycznej) виступили із спільним проектом реформування ЗМІ.

Зміни на телебаченні Польщі не принесуть значних успіхів, якщо не буде прийнята нова редакція Закону з радіомовлення й телебачення, над якою вже багато років працюють групи експертів і Національна Рада /КРРТ/.

Лише 30% глядачів сплачують за абонент, таким чином, суспільне телебачення лише на 30% є суспільним, тому воно фінансово залежне. З іншого боку, ціни за рекламу визначаються бюрократичними структурами, що не мають прямого відношення до телебачення. Як видно, найважливіші питання розвитку телебачення не вирішені, а тільки поставлені [29].

В квітні 2009 р. відбулося перше читання в сеймі цього законопроекту. Він, має на меті змінити наступні положення:

- скасування абоненту і фінансування з бюджету держави;
- суспільні ЗМІ будуть фінансуватися Фондом Суспільної Місії (Fundusz Misji Publicznej), а кошти розподілятися Нацрадою;

- окремі регіональні ТБ будуть перетворені в нові спілки (16). Їх очолять одноособові правління і три особові контролюючі ради, що обираються шляхом відкритого конкурсного відбору. Реалізація цього положення відкладалася до 2011 р.;

- Національна рада буде складатися з семи осіб: 3 представники рекомендує сейм, сенат і Президент по два члени. Передбачалася також ротація членів KRRiT: що два роки змінюються представники сейму, що три роки – сенату і Президента. Щоб стати членом Ради необхідно мати хоча б дві рекомендації вищих закладів чи творчих товариств;

- При KRRiT створюється Програмова Рада з 15 осіб [22].

Згідно нового закону щорічно державний бюджет повинен був би виділяти квоту на аудіовізуальні ЗМІ не меншу, ніж абонент зібраний в 2007 р. близько 900 млн. злотих. Однак у самому законопроекті чітко не вказувалася мінімальна квота, за словами Голови Ради Міністрів Дональда Туска, «в період кризи це було б великим тягарем для бюджету держави» [23]. Перед впровадженням в життя нова система фінансування повинна була отримати погодження Єврокомісії. 10% витрат на суспільні ЗМІ будуть розподілятися у відкритих конкурсах, у яких могли брати участь і приватні медіа. З 31 грудня 2009 р. втрачає дію Закон від 2005 р. Про абонентську плату [14].

В кінці червня 2009 р. сейм ухвалив закон, але в липні цього ж року Лех Качинський вотивав його. Польський правник Анджей Дуда нагадав, що головним звинуваченням Президента щодо закону було відсутність гарантій стабільного фінансування суспільних ЗМІ, що, на його думку, унеможлиблювало реалізацію місії і загрожувало функціонуванню громадських медіа. Крім того, закон було прийнято без консультацій з Єврокомісією [24]. Тобто, поряд з критикою закону, громадськість та політичні партії невдоволені діяльністю Нацради і Польського ТБ. Цей законопроект викликав неоднозначну реакцію в суспільстві та вимогу провести дискусію та відповіді на питання – «Які суспільні медіа потрібні полякам?». На думку Польського товариства журналістів, цей закон ставить під знак питання подальше існування суспільних ЗМІ. Єдиним плюсом закону, за висловлюваннями професора медіознавця В. Годзіца є «...ліквідація того ненормального теперішнього стану: можливість виключення з управління суспільних ЗМІ некомпетентних осіб та ліквідація Національної ради у теперішньому її складі» [14].

72

— Сейм підтримав вето президента Л. Качинського щодо закону про ЗМІ. Це означає що закон не буде впроваджено в дію. За скасування вето проголосувало 217 депутатів, 169 було проти, 47 – утрималися. Для зняття вето необхідна була кількість 3/5 голосів (від 460 депутатів це становить 276 голосів) [25].

З ініціативи Польського товариства журналістів (Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich) 29 березня 1995 року журналісти, видавці, виробники і надавці, розуміючи значення ЗМІ в житті суспільства, підписали Етичний Кодекс ЗМІ. В своїй роботі вони зобов'язуються дотримуватися наступних принципів: правдивості, об'єктивності, відокремлення інформації від коментаря, ввічливості, поваги і толерантності, свободи і відповідальності за зміст і форму повідомлення [26].

Отже, Конституція Республіки Польща зафіксували право кожного на свободу думки, слова, переконань. Міжнародні договори з прав людини, що включають в себе право на свободу слова, які ратифікувала Польща, є частиною національного законодавства й, відповідно, обов'язковими до виконання. Курс Республіки Польща на європейську та євроатлантичну інтеграцію вимагав удосконалити національні закони щодо ЗМІ у відповідності з європейськими з метою гармонізації положень зі стандартами ЄС у медіасфері.



**Джерела та література:**

1. «i2010-A European Information Society for growth and employment». COM(2005) 229 final. Brussels:

2. Biała Księga: «Polityka państwa polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych w kontekście europejskiej polityki audiowizualnej - założenia nowej ustawy o mediach elektronicznych» [Електронний ресурс]. – KRRiТ, Warszawa, 2004 r. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Publikacje/Strategie/tabid/113/Default.aspx>

3. Dyrektywa 2007/65/WE PE I RADY z dnia 11 grudnia 2007 r. zmieniająca dyrektywę Rady 89/552/EWG w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/prawo/ue/dyrektywy/Dir07\(65\)-pol.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/prawo/ue/dyrektywy/Dir07(65)-pol.pdf)

4. Dyrektywa 2010/13/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 marca 2010 r. (wersja ujednolicona) w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Regulacjeprawne/UniaEuropejska/tabid/77/Default.aspx>

5. Dyrektywa Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pl/consleg/1989/L/01989L0552-19970730-pl.pdf>

6. European Commission, 1.6.2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri...2005:0229](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri...2005:0229)

7. Raport z konsultacji publicznych dotyczących implementacji Dyrektywy 2007/65/EC [Електронний ресурс]. – Warszawa, 2008. – 91 s. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/komunikaty/Raport\\_z\\_konsultacji\\_dyrektywa2007\\_65\\_ec.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/komunikaty/Raport_z_konsultacji_dyrektywa2007_65_ec.pdf)

8. Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności [Електронний ресурс]. - Warszawa, marzec 2000 r. – S. 14-16. – Режим доступу: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/sprawozdania/spr2000/spr2000.pdf>

9. Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005 – 2020 [Електронний ресурс]. – KRRiT, Warszawa, sierpień 2005 r. – S. 11. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia\\_050826.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf)

10. Strategia Państwa Polskiego w dziedzinie mediów elektronicznych na lata 2005 – 2020 [Електронний ресурс]. – KRRiT, Warszawa, sierpień 2005 r. – Режим доступу: [http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia\\_050826.pdf](http://www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/strategie/strategia_050826.pdf)

11. Ustawa «Prawo prasowe z dnia 26 stycznia 1984 r.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://users.id.uw.edu.pl/~mzaremba/ustawa-prawoprasowe.pdf>

12. Ustawa o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności, radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 2005 [Електронний ресурс] // Dz. U. Nr 267, poz. 2258, z 2006 r. Nr 51, poz. 377, Nr 220, poz. 1600. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2005/267/2258>

74

13. Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediarun.pl/files/attach/2007/05/1178535980.pdf>

14. Ustawa o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych z dnia 2009 r. Projekt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1\\_12\\_03.pdf](http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1_12_03.pdf)

15. Ustawa o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych z dnia 2009 r. Projekt [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1\\_12\\_03.pdf](http://www.press.pl/raportypdf/www-data/projekt1_12_03.pdf)

16. Ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 2 kwietnia 2004 r. [Електронний ресурс] // Dz. U. z dnia 30 kwietnia 2004 r. Nr 91, poz. 874. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2004/91/874>

17. Ustawa o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji z dnia 25 kwietnia 2006 r. [Електронний ресурс] // Dz. U. z dnia 16 maja 2006 r. Nr 83, poz. 574. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2006/83/574>

18. Wyrok Trybunału Konstytucyjnego z dnia 23 marca 2006 r. sygn. akt K 4/06 [Електронний ресурс] // Dz. U. Nr 51, poz. 377. – Режим доступу: <http://www.prawo.net/dzienniki-ustaw/2006/51/377>

19. Hannah Arendt. Pluralizm mediów – definicja, historia, przyszłość,

mo\_liwosci i ograniczenia z perspektywy jednostki /Arendt Hannah [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [swiatmaji.prv.pl/moje/badura.pdf](http://swiatmaji.prv.pl/moje/badura.pdf)

20. Chudziński M. Polska wezwana do wdrożenia dyrektywy medialnej. 29-06-2010 [Електронний ресурс] /M. Chudziński – Режим доступу: [http://di.com.pl/news/32362,0,Polska\\_wezwana\\_do\\_wdrozenia\\_dyrektywy\\_medialnej.html](http://di.com.pl/news/32362,0,Polska_wezwana_do_wdrozenia_dyrektywy_medialnej.html)

21. Polska jako pierwszy kraj UE pozwana za blokowanie dostępu do informacji rządowych [Електронний ресурс] // GazetaPrawna.pl, 25-06-2010. – Режим доступу: [http://di.com.pl/news/32307,0,Polska\\_jako\\_pierwszy\\_kraj\\_UE\\_pozwana\\_za\\_blokowanie\\_dostepu\\_do\\_informacji\\_rzadowych](http://di.com.pl/news/32307,0,Polska_jako_pierwszy_kraj_UE_pozwana_za_blokowanie_dostepu_do_informacji_rzadowych)

22. Nowa ustawa medialna od czerwca bez abonamentu. 13 marca 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stopklatka.pl/narzedzia/drukuj.asp?typ=wydarzenie&id=53169>

23. Lewica podtrzyma weto do ustawy medialne [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wirtualnemedialna.pl/arttykul/lewica-podtrzyma-weto-do-ustawy-medialnej>

24. Zmarnowali czas. 9/9/2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ustawa.medialna-pl/754/>

25. Koniec mediów publicznych 12/9/2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ustawa.medialna-pl/757/>

26. Karta Etyczna Mediów [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.radaetykimediow.pl/dokumenty\\_kmp.html](http://www.radaetykimediow.pl/dokumenty_kmp.html);

27. Kosmalska Beata. Model współczesnej telewizji publicznej // Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP /redakcja naukowa Marek Sokołowski/ Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o., 2007. – S. 95.

28. Гриценко О.А. Дослідження проблем узгодження законодавчої бази культури України із законодавством для сфери культури Європейського Союзу / О.А. Гриценко, В.В. Солодовник, Н.К. Гончаренко, Є.А. Мягка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.culturalstudies.in.ua/2008\\_zv1\\_menu.php](http://www.culturalstudies.in.ua/2008_zv1_menu.php)

29. Евсева Л.П. Польские медиа в конкурентной борьбе [Електронний ресурс] / Евсева Л.П. // Медиаскоп. – 2005. – № 1. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/node/134>.

**ЕВОЛЮЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ БАРАКА ОБАМИ  
ПІД ЧАС ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2008 РОКУ**

Автор статті поставив за мету дослідити еволюцію політичного дискурсу Барака Обами під час першої президентської виборчої кампанії 2008 року. У статті зроблено аналіз дискурсу кандидата у президенти США на основі трьох актуальних промов, виголошених під час перегонів із Хіларі Клінтон за номінацію від Демократичної партії до дня виборів. Еволюція дискурсу відстежується з використанням персональних наративів Барака Обами.

**Ключові слова:** виборчий процес, Барак Обама, політичний дискурс, наратив, Демократична партія, Республіканська партія.

76

Автор статьи поставил целью исследовать эволюцию политического дискурса Барака Обамы во время первой президентской избирательной кампании 2008 года. В статье сделан анализ дискурса кандидата в президенты США на основе трех актуальных речей, произнесенных во время кампании с Хиллари Клинтон за номинацию от Демократической партии до дня выборов. Эволюция дискурса отслеживается с использованием персональных нарративов.

**Ключевые слова:** избирательный процесс, Барак Обама, политический дискурс, нарратив, Демократическая партия, Республиканская партия.

*The author of the article attempts to study the evolution of the Barack Obama political discourse during his first presidential campaign in 2008. The article analyzes the discourse of the U.S. presidential candidate based on three actual speeches delivered during the campaign with Hillary Clinton for the nomination of the Democratic party before the election day, monitored the evolution of Obama's discourse with personal narratives.*

**Keywords:** electoral process, Barack Obama, political discourse, narrative, Democratic Party, Republican Party.

Дана стаття є частиною дослідження ролі наратива в еволюції політичного дискурсу Барака Обами під час виборчої кампанії 2008 року. Проаналізовано три промови, які, на думку автора та деяких американських дослідників, були визначальними під час перегонів

за номінацію від Демократичної партії. У дослідженні використовувалися теоретичні викладки як вітчизняних (О.Кобзева [1], Г.Почепцов [2]) так і зарубіжних дослідників (Є.Шейгал [3], Е.Борманн [4], У.Фішер [5]) і тому можна стверджувати, що його риторика еволюціонувала від промови до промови, а дискурс кардинально змінився після його вступу на пост президента США.

Для проведення аналізу риторичного стилю та дискурсу Обами було вибрано три його промови, виголошені під час передвиборчої кампанії. Після детального аналізу цих промов можна констатувати, що Барак Обама використовував унікальне риторичне бачення упродовж всієї кампанії, комбінуючи та експлуатуючи два політично полярних міфи для створення ідеологічних рамок власного дискурсу, що підкреслює поняття двопартійності.

Дослідження проводилося на підставі теорії парадигми наратива, яка, згідно з визначенням У.Фішера, утворює необхідні теоретичні рамки для визначення природи і функцій персонального наратива в політичному дискурсі. У.Фішер стверджує, що людська комунікація має розглядатися як розповіді чи судження, що змагаються з іншими розповідями чи судженнями. На його думку, розуміння і знання виборців формуються здатністю політика розповідати гарні історії (нاراتив). Таке широке визначення наратива в кінцевому рахунку узаконює наративний аналіз будь-якої одиниці дискурсу. Дослідник також стверджує, що людський дискурс є багатозначним і може бути предметом наративної раціональності [5, с.4].

Одна з причин такої переконливої риторики, яка включала в себе переплетені полярні ідеології, полягає у змішаному расовому походженні Барака Обами. Його особиста історія успіху дозволила йому переосмислити і “перезавантажити” поняття американської мрії і встановити таке риторичне бачення, щоб його сприйняли виборці і відгукнулися на нього.

Напередодні економічних потрясінь, воєн за межами США, а також зіштовхнувшись із безробіттям, що сягнуло близько 8%, Барак Обама був для багатьох американців оптимістичною відповіддю на їх молитви. Обама, як кандидат у президенти США, високо цінувався за свою здатність захопити увагу незадоволеної частини американської публіки. Політик повідав історії, до яких могли мати відношення американці. Центральним мотивом риторики його

---

першої виборчої кампанії стали поняття “єднання”, “оптимізм” і “рівність”. У своїх виступах політик емоційно розповідав історії про сім’ї, які страждали від підвищення плати за навчання у коледжах, підвищення цін на продукти харчування та бензин.

Ранні виступи Обама під час виборчої кампанії також торкалися боротьби за расову рівність, прикладом якої були його африканський батько та біла мати. В інших виступах він говорив про фінансові непорозуміння, з якими стикалася його мати, коли позивалася до страхових компаній через роздуті медичні рахунки. Тому не дивно, що багато дослідників високо оцінювали його за переконливу риторику в промовах під час президентської кампанії. Наприклад, Ф.Хаммак відзначає “риторичний успіх у використанні його особистих історій, який включає в себе новий дискурс плюралізму, мультикультуралізму та космополітизму” [6, с.189].

78 — К.Дженкінс і Г.Косс вважають, що виборча кампанія Обама проілюструвала важливі відкриття в галузі сучасного американського політичного дискурсу [7, с.185]. Таким же чином, С.Ренсон стверджує, що передвиборчі промови уже не концентруються тільки на партійній приналежності кандидатів і пояснює, що “цей показник почав втрачати свою значущість, тому що кандидати в президенти, починаючи з Річарда Ніксона, почали розмивати ідеологічні політичні лінії, як засіб звернення до ширших кіл потенційних виборців”. Для забезпечення підтримки в потенційних виборчих округах, в яких не існувало чіткої партійної ідеології, кандидати повинні використовувати креативні переконливі підходи. Барак Обама був готовий “представити себе... як прагматик, що представляє практичне, а не ідеологічне рішення”[8, с.395]. Подолання розбіжності ідеологій дозволяло Обамі звернутися до широкого кола демократів, незалежних і республіканців.

Одним з переконливих компонентів риторики Барака Обама є його унікальна здатність розповідати зворушливі особисті наративи, що формують ідентичність, сприяючи єдності серед виборців. Ф.Хаммак підкреслює, що передвиборчий дискурс Обама представляв його бачення Америки як об’єднаної нації, яка базувалася на загальноновизнаних політичних принципах, що сприймалися як американське кредо. На початку передвиборчої кампанії Барак Обама використовував наративи для донесення своїх ідей найширшим колам виборців. Аналіз промов, який він провів, проде-

монстрував, що фактично кожна з них включала дві переконливі концепції: а) поширена віра в американське кредо і б) використання символічного виміру американського націоналізму. Науковець робить висновок, що Обама успішно об'єднав свою аудиторію через політичну ідеологію, послідовно використовуючи особистий наратив як риторичний інструмент [6, с.199].

Аналіз еволюції дискурсу Барака Обама зроблено через персональні наративи (розповіді), які допомагали йому перекроїти республіканську ідеологію, додаючи ліберальний компонент громадянської відповідальності. Таким чином, Обама створює досить унікальне риторичне бачення, в якому втілюються принципи консервативної і ліберальної політичної філософії. При цьому Обама позиціонує себе відокремленим від інших політиків та демонструє альтруїстичний підхід з метою вирішення наболілих проблем країни. Використання певних прикладів і характеристик допомагає визначити конкретних протагоністів та антагоністів. Протагоністами наративів Обама є представники середнього класу: робітники автозаводів у Мічигані, сім'ї військовослужбовців, студенти або матері, які працюють. Лиходії у цих історіях зазвичай визначаються абстрактними характеристиками і зображуються у формі війни, капіталізму чи республіканської ідеології.

Промови аналізуються в хронологічному порядку для того, щоб можна краще простежити еволюцію його риторики після обрання президентом.

Перша з цих промов була виголошена 18 березня 2008 року й була сконцентрована на проблемах расового гніву, закладаючи фундамент для більшого розуміння історичного значення майбутнього президенства Барака Обама. Вона розкриває переконливу силу метафоричного наратива та здатність оратора символічно поміщати себе серед героїв розповідей і використовувати своє расове походження в історичному та соціальному контексті для переконання виборців, які ще не визначилися із підтримкою. Використовуючи такий підхід, Обама закликає аудиторію критично оцінити ідеологічні проблеми расової нерівності, долати упереджені поняття про расову рівність і звільнити американське суспільство від расової ганьби, яка ще міцно засіла в головах чорних і білих американців. Ці наративи закликають аудиторію до дії, таким чином, маючи певний риторичний вплив.

Расова проблема є одним з визначальних факторів у дискурсі Барака Обама. Перший чорношкірий президент США продемонстрував метафоричний рух у напрямі пост-расової ери в американському суспільстві. Обрання Обама президентом змусило багатьох повірити, що американська нація проминула расову ненависть і стала сліпою до кольорів шкіри державою. Під час кампанії Обама та його помічники уникали расової проблеми і вирішили зосередитися на всеосяжності, а не спірності проблем раси та політики. Це був стратегічний вибір Обама та його команди – ігнорувати очевидний расовий поділ між ним, його опонентами та кандидатами, які змагалися до нього. Така політична тактика була успішною поки ЗМІ не знайшли кілька підбурливих висловлювань, які виголосив пастор Райт за кілька років до цього. Обама негайно засудив зауваження пастора, але багато критиків не були задоволені у зв'язку з відсутністю чіткості у словах Обама, тому що він в цілому добре ставився до цієї людини. І в своїй промові Обама вирішив зробити рефреймінг коментарів пастора через соціальний та історичний контекст за допомогою особистих наративів. Барак Обама та його команда вирішили розглянути цю проблему у Філадельфії десь за місяць до первинних виборів у Пенсільванії. На час виголошення промови він та сенатор Хілларі Клінтон йшли впритул в перегонах за номінацію від Демократичної партії, але Хілларі Клінтон лідирувала з невеликим відривом. Виголошення промови в дуже конкурентному середовищі Пенсільванії за місяць до праймеріз Демократичної партії продемонструвало стратегічне політичне маневрування Обама та його команди.

Кілька особистих наративів стосовно відносин між Обамою та пастором Райтом були використані на початку промови, щоб продемонструвати їх дружні стосунки. Обама постарався охарактеризувати досягнення пастора як громадського активіста та церковного лідера до того, як він заговорив про відносини його сім'ї з пастором. Розповіді про расистські sentimenti його білої бабусі підкреслили ідею толерантності Обама та автентичності його співчуття до чорношкірої громади. Він підійшов до обговорення расової проблеми, переробляючи антагоністичні коментарі через соціальний та історичний контекст як засіб пом'якшення звинувачень. Використання розповіді про невдоволення представників обох рас досягло мети. Після промови ситуація розрядилася і кри-



тики з усіх напрямків притихли, відзначаючи таким чином риторичний успіх Обами.

Далекосяжною метою наратива є широка ілюстрація події чи ідеї з минулого за допомогою яскравого опису. Аналіз першого наратива включає в себе розповідь спрямовану до білої аудиторії. У ній Обама звертається до білої спільноти як учасника дії, так і середовища, в якому дія відбувається. Драматизуючи ситуацію серед білої громади, Обама виражає їм підтримку і співчуття і, таким чином робить спробу переступити расовий поділ. Як засіб розширення своєї аудиторії одночасно з показом свого досвіду, Обама включає у свою розповідь білих представників середнього класу як головних персонажів, які наполегливо працюють, щоб побудувати своє життя тільки для того, щоб зіткнутися з нерівноправністю несправедливої державної системи. Він покладає роль винуватця бід білих людей на капіталістичну природу економіки США.

Ці наративи мають подвійну мету: 1) вони заспокоюють обурення білих і відвертають потенційний гнів білих від чорношкірої спільноти, спрямовуючи його на корумповану, несправедливу систему; 2) Барак Обама стратегічно представляє себе людиною, яка може прямо виступати на підтримку вболівань членів білої спільноти. Причому він зображає білу спільноту у позитивному світлі, висвітлюючи її важку працю та наполегливість. Нерівноправність білих, за яку несе відповідальність корумпована система, з його слів подібна до історичної нерівноправності, з якою стикаються представники чорної спільноти: “Для афроамериканської спільноти цей шлях означає йти в обіймах з проблемами нашого минулого, не стаючи жертвами нашого минулого. Він означає наполягати на справедливості в кожному аспекті американського життя. Але він також означає забувати наші образи – для кращого медичного обслуговування, кращих шкіл, кращої роботи – заради вищих прагнень усіх американців: білий чоловік, якого звільнили з роботи, іммігрант, який старається нагодувати сім’ю. І це означає бути відповідальними за своє власне життя” і в кінцевому рахунку за власну долю [9].

Барак Обама завершує свою промову зворушливою розповіддю про 23-річну білу дівчину Ешли Байя (AshleyBaia). Ця історія трапилася у місті Флоренція (Південна Кароліна), де група підтримки Обами проводила дискусію за круглим столом з причин, які побу-

дили їх брати участь у кампанії. В усіх присутніх були свої історії, але один чорношкірий чоловік нічого особливого не сказав, але підкреслив: “Я тут заради Ешлі” [9]. Основна ідея полягає в тому, що через історію білої дівчинки, яка з усіх сил старається допомогти своїй хворій матері, Обама підводить аудиторію до представника афро-американської спільноти, який був присутній на зустрічі учасників кампанії. Таким чином, Обама демонструє підтримку ідеології поліетнічності у рамках своєї кампанії. Цією розповіддю він також демонструє свою прихильність і турботу про білих виборців.

82 — У другій промові використовуються основні образи у наративах для того, щоб продемонструвати перехід від конкретних образів (як видно з першої промови) до більш аналітичного мислення. У цій промові Обама використовує наративи для зображення узагальнених героїв (образ матері, герой війни) як засіб ідентифікації аудиторії шляхом логічної дедукції. Аудиторія бачить себе в особах цих героїв і саме тому спроможна сприймати наратив як відтворення американського досвіду.

Попередні вибори 6 травня 2008 року в штатах Індіана та Північна Кароліна були дуже важкими для Барака Обама та Хілларі Клінтон, які змагалися за висунення кандидатом на президентські вибори від Демократичної партії. Історично Північна Кароліна вважається республіканським штатом. Увечері 6 травня Обама здобув 56% голосів делегатів у цьому штаті й переміг сенатора Х.Клінтон. Після цього усі коментатори погодилися, що змагання за номінацію кандидата від Демократичної партії закінчилося саме тоді. Аналіз промови, виголошеної в ніч цієї перемоги, дає можливість детально розглянути риторичну концепцію кампанії Барака Обама. Саме відтоді змінюється тональність риторики кампанії Обама, в основному через те, що Обама фактично відмежовується від свого опонента – сенатора-республіканця Джона Маккейна. Важливість цієї промови полягає також і в тому, що Обама концентрується тут на новому дискурсі своєї кампанії, спрямованому виключно на перемогу у президентській кампанії.

Обама розпочав свою промову, привітавши сенатора Клінтон з перемогою в штаті Індіана, знову й знову повторюючи концепції ідеологічної нейтральності. Він також відзначив, що Клінтон була обізнаним і принциповим конкурентом, а її політична компетенція

зробила попередні перегони одними з найважчих у виборчій історії. Особливо цікавим є вступ до промови, в якому він звертається до прихильників Клінтон, щоб вони розглядали перемогу Обами як перемогу Демократичної партії, і прагне заручитися їх підтримкою в президентських перегонах. Обама змінює тактику з метою завоювання прихильників Клінтон. На початку промови Обама висловив захоплення опонентом, а потім звернувся до американських виборців: “Сьогодні багато “мудреців” заявили, що наша партія розділена невідворотно, що прихильники сенатора Клінтон не будуть підтримувати мене, а мої прихильники не будуть підтримувати її. Так от, я прийшов сьогодні увечері сюди, щоб сказати вам, що я не вірю в це. Так, кожна сторона дуже сильно бажає, щоб переміг її кандидат. Але, врешті-решт, ця кампанія не стосується Хіларі Клінтон, Барака Обами чи Джона Маккейна. Ці вибори стосуються американського народу і чи буде в нас президент і партія, що можуть вести нас у світліше майбутнє” [10].

Відкинувши внутрішньопартійну риторичку, Барак Обама окреслив спільну мету для всіх виборців Демократичної партії – завершити перебування республіканців у виконавчій владі. Далі він наголошує: “Ми не можемо дозволити собі дати шанс Джону Маккейну продовжити третій термін Джорджа Буша” [10]. Така заява особливо важлива, тому що вона сигналізує про зміну політичного дискурсу Обами – його єдиною метою як кандидата в президенти від Демократичної партії стає створення стійкого контрасту між ним і його опонентом від республіканців. Відзначаючи свою перемогу над Хіларі Клінтон як перемогу всіх прихильників демократів, Барак Обама проголошує необхідність партійної консолідації.

Тема консолідації демократів проходить через усю промову і також очевидна в багатьох наративах, в яких Обама описує важке становище представників середнього класу в Америці. Досить чітка картина починає формуватися, коли він говорить про економічні труднощі жінки з Індіани: “Я зустрів жінку в Індіані, яка щойно втратила роботу, пенсію, медичну страховку, коли завод, на якому вона працювала все життя, закритися, і вона не може дозволити собі ще чотири роки терпіти податкові пільги для корпорацій, якій створюють робочі місця за кордоном. Вона вимагає від нас надавати податкові пільги компаніям, що створюють нові робочі місця на території Сполучених Штатів Америки, що допоможуть їй оплачу-

---

вати продукти, ціни на які зростають з небувалою швидкістю, а також бензин та навчання. Саме тому я змагаюся за пост президента Сполучених Штатів Америки” [10].

Місце де став можливим такий наратив риторично важливе з двох причин: 1) Індіана – це штат, де Обама програв попередні вибори Хіларі Клінтон і описуючи важке становище жінки з цього штату, він демонструє всеосяжну турботу про важке становище кожного американця; 2) описуючи боротьбу виборця з Індіани, Обама показує себе скромним кандидатом, який заради турботи і переживань за виборців ставить себе вище за політичні розбіжності та свою поразку в цьому штаті.

84 — Стратегія повторів дуже чітко прослідковується в його наступних наративах. Однак мета кожного наратива – висвітлити існуючі проблеми. У наступній розповіді Обама озвучує життєву необхідність реформ у галузі охорони здоров'я та податковій системі. Для емоційного підсилення впливу розповіді політик продовжує використовувати таку ж структуру речень, що і в попередній історії: “Студент коледжу, якого я зустрів у штаті Айова, який працює в нічну зміну після цілого дня навчання і не може оплатити медичні рахунки сестри, котра хворіє, тому що вона не може дозволити собі ще чотири роки медичного страхування, яке турбується виключно про здорових і багатих; і це дозволяє страховим компаніям дискримінувати і відмовляти в покритті тим американцям, які найбільше потребують цього... Саме тому я змагаюся за пост президента Сполучених Штатів Америки”[10].

Наступний наратив у цьому ряді відрізняється від решти розповідей. У ньому Обама звертається до болючої проблеми війни з тероризмом, використовуючи інклюзивну риторіку, щоб підкреслити колективістський підхід до вирішення проблеми: “Мати з штату Вісконсін, яка дала мені браслет з ім'ям її сина, якого вона втратила в Іраку, родини, які моляться за повернення своїх рідних додому, герої, які третій, четвертий і п'ятий раз виконують свій обов'язок – вони не можуть дозволити собі ще чотири роки війни, яка ніколи не повинна була бути дозволена і ми ніколи не повинні були її вести. Вони не бажають бачити ветеранів, які роками не можуть отримати виплати по інвалідності чи мають їздити довгий шлях і витратити багато часу, щоби тільки отримати лікування. Вони вимагають від нас закінчити війну, яка не робить

нас захищеними. Вони потребують від нас турботи і поваги, на які вони заслуговують. Саме тому я змагаюся за пост президента”[10].

Завершальний наратив у цій промові подібний до вступного наратива, де Обама розповідає про жінку, яку він зустрів у штаті Індіана. Тут Обама звернувся до історії чоловіка з Пенсільванії, який важко переживає через втрату роботи. Як і в першому наративі події відбуваються в штаті, де Обама програв номінування від Демократичної партії. Важливість виграшу праймеріз у штаті Пенсільванія свідчить рішення Обами виголосити довгоочікувану промову в Філадельфії майже за місяць до голосування за номінування від Демократичної партії. Описуючи біди та проблеми американських виборців, Обама відмежував себе від політиків із Вашингтона і поставив себе разом зі своєю аудиторією, створюючи картину спільноти, яка демонструє як разом можна вирішити складні проблеми країни.

Протягом кампанії за номінацію від Демократичної партії Обама використовував особисті наративи та архетипових героїв, щоби незвичним чином вразити почуття американських виборців. Його прихильники вважають стиль виступів свого кандидата натхненним і потужним. Використання різноманітних розповідей у промовах вирізняло його стиль від норм політичної риторики і відповідало його ідеї необхідності реальних змін.

Як відомо, Хіларі Клінтон і Джон Маккейн піддавали різкій критиці риторичний стиль Обами стверджуючи, що його красномовність насправді мало придатна для вирішення насущних проблем. Критика стилю Обами найкраще проявилася в рекламній кампанії Маккейна. У відповідному ролику “Любіть Америку” Джон Маккейн прямо атакує риторичний стиль Барака Обами у фразі: “Я не йду у Вашингтон, щоб завоювати нагороду Містер Конгеніальність; я йду у Вашингтон, щоб служити моїй країні”[8, с.422]. Барак Обама зробив спробу відкинути назавжди ці звинувачення у своїй промові з нагоди обрання його кандидатом від Демократичної партії, використовуючи наративи, які експліцитно продемонстрували розуміння проблем політики, а також розкритикував сенатора Маккейна за нерозуміння невдоволення та проблем американських виборців.

Третя промова знаменує закінчення передвиборчої кампанії Барака Обами та обрання його кандидатом від Демократичної

---

партії. У цій промові, виголошеній 28 серпня 2008 року Обама попередньо готується для президентських перегонів, використовуючи архетипові образи з метою відмежування від свого республіканського опонента, сенатора Джона Маккейна. У ній зокрема розкривається заздалегідь спланована спроба Обами демонізувати Маккейна та його політичну партію. Ця промова є особливо важливою для розуміння його риторики напередодні дня виборів, тому що в ній Обама вперше однозначно звинуватив сенатора Маккейна та його консервативну ідеологію за соціальні та економічні труднощі, які завдають страждань громадянам Америки. Найважливішим, на наш погляд, є те, що проаналізовані наративи розкривають чітко визначених протагоністів та антагоністів, що допомагає драматизувати промову, чітко представляючи власне риторичне бачення.

86 — Історія політичного та особистого успіху також слугує антитетичним наративом, щоб підкреслити відмінності між Обамою та його опонентом сенатором Маккейном. На відміну від попередніх наративів, історії викладені у цій промові, прямо критикує провальну політику президента Дж.Буша та Республіканської партії. Обама встановлює чіткий зв'язок між Маккейном та провальною республіканською адміністрацією. При цьому створюються два архетипові характери у всіх розповідях, позиціонуючи себе як рятівника, а свого опонента як лиходія. Тобто, Обама готує ґрунт для президентської кампанії, інтерпретуючи будь-які звинувачення у відсутності лідерських задатків. Перший наратив сфокусований на спробі Обами підкреслити суперечливі проблеми голосувань Маккейна: “Правда полягає в тому, що з приводу питань, які можуть внести зміни в життя – охорона здоров'я, освіта та економіка – сенатор Маккейн виступав будь-ким, але не самостійним політиком. Він говорив, що наша економіка відчула “великий прогрес” із цим президентом. Він говорив, що основи економіки стабільні проте, коли один з його головних радників – людина, яка написала його економічний план – говорив про тривогу, яку відчувають американці, він сказав, що американці страждають “реcesією розуму” і що ми стали, я цитую, “нацією скигліїв”.

“Нація скигліїв?” Скажіть це гордим автобудівникам на заводі в Мічигані, які, коли дізналися, що завод може бути закритий, продовжували приходити на завод і працювати як завжди, тому

що усвідомлювали, що є люди, які потребують запчастини, що виготовляє завод. Скажіть це сім'ям військових, які мовчки несуть свій тягар і спостерігають як їх рідні відправляються втретє, вчетверте чи вп'яте виконувати свій обов'язок. Вони не скиглії. Вони наполегливо працюють, дають віддачу і продовжують рухатися вперед і не висловлюють скарг. Це американці, яких я знаю" [11].

У цій частині промови Обама розпочинає з того, що відкрито вказує на недоліки в образі Маккейна, який одягнув маску незалежного політика. Маккейн та його радники створили образ політика-індивідуаліста, який кинув виклик партійній політиці. Обама ж ставить під сумнів таке твердження, вказуючи на факти, що свідчать про голосування Маккейна на підтримку пропозицій Джорджа Буша у 90 випадків зі 100. Крім того, він використав коментар одного з радників Маккейна, який мав необережність невдало висловитися з приводу тривоги американців щодо економічної рецесії, для підсилення образу свого опонента, як черствого політика, який не цікавиться насущними проблемами американських виборців. Обама зробив Маккейна лиходієм і показав, що тільки він спроможний подбати про американський народ.

Риторичні запитання на початку вказують на абсурдність тези радників Маккейна про американців як "скигліїв". На противагу, робітники автозаводу в Мічигані зображуються як герої, які наполегливо і самовіддано працюють. Наступний наратив також зображує Обаму як справжнього політичного індивідуаліста, який кидає виклик статус-кво для постійного вдосконалення прав робітників. Обама вдало використовує характерні риси кампанії Маккейна, завдяки яким він вибудував свій політичний образ. Він продовжує критикувати Маккейна, показуючи чітку дихотомію між ідеологічним сприйняттям економічного успіху двома кандидатами: "Зараз я не вірю, що сенатор Маккейн не звертає уваги на життя американців. Я думаю, що він не знає. Тоді чому він вважає що середній клас в Америці заробляє трохи менше 5 мільйонів доларів на рік? Як він може пропонувати мільярди доларів податкових пільг для великих корпорацій та нафтових компаній, але не пропонує жодного пенні податкових знижок для 100 мільйонів американців? Як він може пропонувати медичне страхування, яке фактично буде оподатковувати пільги людей, чи освітній план, який навіть не передбачає допомоги сім'ям в оплаті навчання в колед-

жах, чи план, який приватизує соціальне страхування і піддаватиме ризику вихід на пенсію?» [11].

Барак Обама використовує тут риторичні запитання з метою підкреслення абсурдності поглядів Маккейна на економічний успіх. Наголошуючи на ці вульгарні неправильні уявлення, Обама одночасно дає зрозуміти, що потрібно підтримувати середній клас. Використання риторичних запитань у наведеному наративі дає аудиторії відчуття автономії та свободи в тому, що вона може зрозуміти, усвідомити правильність аргументів Обама. Як вважають Р.Роуланд і Дж.Джонс використання риторичних запитань у наративі потенційно приводить аудиторію до віри в те, “що Обама впевнений в розумінні аудиторії і це сприяє йому у створенні менш загрозливого політичного образу” [12, с.130].

88

Таким чином, проведений аналіз засвідчив чітку зміну риторики у дискурсі Обама після обрання президентом США стосовно використання наративних елементів. У передвиборчих промовах Обама використовуються чітко визначені образи, які формуються на основі загальних архетипових характеристик. Обама також немов би зіштовхує образи протагоністів та антагоністів, зазвичай, характеризуючи їх як “героїв” і “лиходіїв”. Герої та лиходії в його історіях наділялися специфічними рисами та мотивами, і це дозволяло головному кандидату від демократів чітко висвітлювати теми протистояння добра та зла. Такий символізм у виступах майбутнього американського президента давав аудиторії Обама уяву про головних героїв, яких можна було ідентифікувати з більшістю простих американців. Однак, на противагу передвиборній риторичі, його промови після обрання на пост президента не вирізнялися такими характеристиками, внаслідок чого вони втратили власне драматичний елемент.

### Джерела та література:

1. Кобзева О.О. Структура та функції політичного наративу «вибори президента» / Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2008. – № 38. – С. 161-165.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. – 656 с.
3. Шейгал Е.И. Многоликий нарратив // Политическая лингвистика. – 2007. – Вып. 22 (2). – С. 86-93.



4. Bormann, E. (1982). Fantasy and rhetorical vision: Ten years later. – *Quarterly Journal of Speech*. – № 68(3). – P. 288-305.
5. Fisher, W. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. – *Communication Monographs*. – № 51(1). – P. 1-22.
6. Hammack, P. (2010). The political psychology of personal narrative: The case of Barack Obama. – *Analysis of Social Issues and Public Policy*. № 10(1). – P. 182-206.
7. Jenkins, K., & Cos, G. (2010). A time for change and a candidate's voice: Pragmatism and the rhetoric of inclusion in Barack Obama's 2008 presidential campaign. – *American Behavioral Scientist*. – № 54(3). P. 184-202.
8. Renshon, S. (2008). Psychological reflections on Barack Obama and John McCain: Assessing the contours of a new presidential administration. – *Political Science Quarterly*. – № 123(3). – P. 391-433.
9. Obama, B. (2008, March 18). A More Perfection Union Speech. [Transcript]. *American Rhetoric*. – Retrieved from <http://www.americanrhetoric.com/speeches/barackobamaperfectionunion.htm>
10. Obama, B. (2008, May 6). North Carolina Primary Night. [Transcript]. *Best Speeches of Barack Obama*. – Retrieved from <http://obamaspeeches.com/E08-Barack-Obama-North-Carolina-Primary-Night-Raleigh-NC-May-6-2008.htm>
11. Obama, B. (2008, August 28). Democratic Party Nomination Acceptance Speech. *American Rhetoric*. – Retrieved from <http://www.americanrhetoric.com/speeches/convention2008/barackobama2008dnc.htm>
12. Rowland, R., & Jones, J. (2011). One dream: Barack Obama, race, and the American dream. – *Rhetorical and Public Affairs*. – № 14(1). P. 125-154.

## ІМІДЖ ІМІГРАНТІВ-МУСУЛЬМАН У ПЕРІОДИЧНИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ ФРАНЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню іміджу іммігрантів-мусульман у друкованих ЗМІ Франції. Для дослідження обрано 4 провідні газети Франції, які дотримуються різних політичних позицій, це газети: «Ле Монд» провідна газета лівих ліберальних поглядів, «Ле Фігаро» – газета правої орієнтації, «Лібєрасьйон» – газета лівої орієнтації та «Юманіте» – комуністична газета Франції. Проаналізовано основні проблеми, яким приділяється найбільша увага та які створюють і визначають імідж мусульман у друкованих ЗМІ Франції.

**Ключові слова:** друковані ЗМІ, імідж, іммігранти-мусульмани, іслам, французьке суспільство.

90

—

Статья посвящена исследованию имиджа иммигрантов-мусульман в периодических печатных СМИ Франции. Для исследования выбраны 4 ведущие газеты Франции, которые придерживаются различных политических позиций, в частности: «Ле Монд» – ведущая газета левых либеральных взглядов, «Ле Фигаро» – газета правой ориентации, «Либэрасьйон» – газета левой ориентации и «Юманите» – коммунистическая газета Франции. Проанализированы основные проблемы, которым уделяется наибольшее внимание и которые создают и определяют образ мусульман в печатных СМИ Франции.

**Ключевые слова:** печатные СМИ, имидж, иммигранты-мусульмане, ислам, французское общество.

*The author investigates the image of Muslim immigrants in French newspapers. As a basis of the research were selected 4 leading French newspapers that keep various political positions, as the newspapers: “Le Monde” the top left liberal newspaper, “Le Figaro” – right orientation newspaper, “Libération” – left-wing newspaper and “L’Humanité” – communist French newspaper. The author analyses the main problems, which is given the most part of attention from the newspapers and which create and define the image of Muslims in French print media.*

**Keywords:** print media, image, immigrants, muslims, French society.

Аналіз іміджу іммігрантів-мусульман у французьких ЗМІ є важливим фактором визначення рівня інтеграції мусульман у суспільне життя Франції, що свого роду служить індикатором відносин між корінними французами та мусульманами. Імідж мусульман у засобах масової інформації Західної Європи, а часто й світу загалом, окрім ісламських країн, формується під впливом стереотипних уявлень про мусульман та упередженого ставлення до них. Дана позиція пов'язана насамперед із чіткою та суттєвою різницею християнської та мусульманської релігії, західної та близько-східної культури, які замість ведення діалогу для пошуку можливих рішень мирного співіснування, практично постійно перебувають у стані конфлікту доводячи його практично до «протистояння між Сходом та Заходом» та конфлікту між християнством та ісламом.

*Метою* даної статті є дослідження окремих друкованих ЗМІ Франції та іміджу мусульманських мігрантів, які вони зазвичай формують та подають французькому суспільству.

Одним з найрозповсюджених бачень іммігрантів-мусульман серед населення Франції є образ загрози та протистояння християнському Заходу. Він сформувався ще за часів перших спроб завоювання Європи мусульманами на початку VIII ст. [5, с. 117], з часом він ще більше укорінився під час інтенсивного переселення мігрантів-мусульман з бідної Африки до Франції у другій половині XX ст. [2, с. 237] та остаточно підтвердили своє негативне ставлення до присутніх у країні мусульман після подій 2005 року у передмістях Парижу та подібних конфліктів, які з регулярною частотою мають місце у різних густонаселених мусульманами частинах Франції [17, с. 716]. Більше того, в уяві як французів, так і європейців побутує думка про те, що саме мусульмани та іслам є загрозою для Західної цивілізації загалом. Як результат відносини між сторонами не тільки не покращуються, але й ще більше загострюються та поглиблюються.

Розглядаючи імідж мусульман у друкованих ЗМІ Франції, варто визначити, що саме ми маємо на увазі при використанні терміну «імідж». Імідж означає відтворення об'єкту, інформації про нього або його опис подібного за структурою, проте не збігається з ним. Імідж певного предмету, людини чи події формується в свідомості людини відповідно до сприйняття людиною в оточую-

чому середовищі об'єкту. Вчені також використовують подібний до іміжду термін, такий як стереотип. Поняття стереотипу та іміжду частіше використовують у значенні образу. Термін «стереотип» згідно Вебстерського словника означає стандартизований образ, чийм колективним носієм є члени певної групи, який відповідає відповідному прийнятому загальному стандарту [38, с. 1141]. Поняття ж іміжду, означає розумову концентрацію, яку розділяють члени певної групи та яка вказує на ставлення даної групи до певної людини чи предмету [38, с. 571].

92  
— Вивчаючи іміжду мусульман у французьких друкованих ЗМІ, ми досліджуємо абстрактний образ мусульман, який склався впродовж тривалого часу та, який більш точно виражає сутність явища, яке ми досліджуємо, при тому, що на формування іміжду мусульманина впливало багато факторів, як історичних, так і суто психологічних, релігійних, культурних, економічних та соціальних. Формування іміжду французьких мусульман виникає відповідно до повідомлень, які несе певний інформаційний ресурс. Вплив друкованих ЗМІ на іміжду окремих осіб, групи людей, подій чи явищ завжди був значним. Основні газети, що видаються у Франції можна розподілити відповідно до приналежності до певної політичної позиції. Тому, для кращого бачення образу французьких мусульман, ми дослідили матеріали 4 провідних газет, які відносяться до різних політичних позицій, а саме: газета «Ле Монд» провідна газета лівих ліберальних поглядів; газета «Ле Фігаро» (Le Figaro), провідна газета правої орієнтації; газета «Ліберасьйон» (Libération) – провідна газета лівої орієнтації та газета «Юманіте» (L'Humanité) – комуністична газета Франції. Кожне з цих видань було проаналізовано на предмет згадування в ній ісламу та мусульман загалом, тобто який рівень уваги приділяють друковані ЗМІ мусульманам Франції, мусульманам Західного та арабського світу. Розглянемо, докладніше кожну.

Газета «Ле Монд» одна з найвідоміших у Франції та світі загалом французька вечірня щодення газета з тиражем у 340131, 35000 з яких розповсюджуються за кордоном. Не дивлячись на свої політичні ліволіберальні погляди, газета загалом зберігає статус спостерігача та аналітика, який подає фактичний та аналітичний матеріал своєму читачеві. Іміжду мусульман подається у цьому виданні досить незалежно та максимально об'єктивно. Про це свідчать зокрема

численні статті, присвячені повсякденному життю, економічному, політичному та соціальному становищу мусульман. Аналізуючи численні публікації газети «Ле Монд» варто відзначити, що на 100 статей опублікованих газетою, які стосуються ісламу та мусульман взагалі – 5 з них формують негативний імідж мусульман у Франції, однак ці повідомлення стосуються не законослухняних віруючих, а фундаменталістів та радикально-налаштованих мусульман, які становлять потенційну загрозу суспільству або вже вчинили шкоду суспільному порядку [19]. Інші 30 зі 100 мають інформативний характер про ті чи інші події, які мали місце в країні та стосувались мусульман чи ісламу, соціального життя французьких мусульман без негативного навантаження та швидше мали позитивний характер. Так, наприклад, опубліковані 19 вересня 2012 р. карикатури на пророка Мохаммеда у формі коміксу сатиричним журналом «Шарлі Ебдо» (Charlie Hebdo) [7], котрі, як відомо, викликали негативну реакцію з боку французьких мусульман, газета «Ле Монд» швидше підтримала мусульман щодо образи їх релігії, аніж виступили за свободу слова, опублікувавши позиції французьких мусульман різного віку, професії та чистоти релігії, які висловили своє незадоволення даною подією, відзначивши її провокативність [6]. Кількість опублікованих повідомлень стосовно французьких мусульман, як реакція на дію збільшується відповідно до появи нових викликів всередині держави у вигляді заворушень, громадських безладів, терористичних актів, прийняття нормативно-правових актів, які стосуються мусульман чи релігійних меншин, негативних висловлювань з боку влади, провокативних дій медіа представників тощо.

Газета «Ле Монд» приділяла меншу увагу мусульманам, які проживають у Західній Європі та США, яким відповідно присвячено 11 статей. З них 8 мали нейтральний інформативний, швидше позитивний характер [20] та 3 – негативний [1]. Більше уваги газета приділяє подіям, які стосуються мусульманських країн. Причому тут спостерігається інша закономірність: більшість повідомлень – 34, мають негативне забарвлення і пов'язані, перш за все, з терористичною діяльністю мусульман у країнах Близького Сходу та мусульманської Африки, військовими конфліктами в яких беруть участь або спричиняють мусульмани, критики французькими політиками діяльності політичних лідерів «арабської весни»

[18] тощо. При цьому рівень інформативних повідомлень, які не мають негативного забарвлення також є достатньо високим – 20, пов'язано це в основному з політикою держав, міждержавними зв'язками арабських країн та подій, що в них відбуваються [26].

Ще однією провідною газетою Франції є газета «Ле Фігаро». Це щоденна газета, її тираж складає близько 340 тис. примірників. За тиражем газета «Ле Фігаро» складає конкуренцію хіба що газеті «Ле Монд». На 100 повідомлень присвячених мусульманам та ісламу, в газеті правих поглядів «Ле Фігаро» 36 повідомлень стосуються мусульман Франції, з яких 7 мають негативний характер, особливо щодо радикального ісламу [31]. Як зазначає голова Французької ради мусульманського культу Моххамед Муссауї [15], на даний момент спостерігаються тенденції погіршення образу мусульман у Франції. 29 статей мають інформативний характер про мусульман та іслам і не висловлюють негативне ставлення до віруючих [34]. Велику увагу газета приділяє подіям, що мають місце у мусульманських країнах світу, на них припадає 40 повідомлень, з яких 8 присвячені темам насилля та тероризму [3] і 32 з яких стосуються подій внутрішньої та зовнішньої політики, економіки та соціального життя країн [33]. Порівняно з газетою «Ле Монд» це на порядок менше, та в принципі пояснює приналежність газети Le Figaro до правих політичних поглядів, тобто краще за лівих сприймають ісламський світ. Мусульманам країн Західної Європи та США належать 24 повідомлення та відсутність негативних повідомлень про мусульман, навпаки повідомлення мають швидше позитивний характер через намагання покращити імідж мусульман у цих країнах шляхом критики антиісламських дій у США [9] та мобілізаційних дій проти радикальних ісламістів у Німеччині, з метою чіткого розмежування у свідомості громадян «поганих» радикальних ісламістів та законслухняних «добрих» віруючих мусульман [25].

Газета «Ліберасьйон» є щоденною газетою лівої орієнтації, її тираж складає більше 140 тис. примірників. Зі 100 повідомлень газети, присвячених ісламу 48 статей стосуються французьких мусульманам, з яких 14 змальовують іслам у негативному світлі з відображенням терористичної загрози суспільству, радикальних угруповань, насилля та ісламістських рухів [30], расизму та ксенофобії [13]; а 34 – повідомлення мають нейтральний та інформативний харак-

тер і торкаються суспільного та релігійного життя мусульман. Газета наводить дані Національної консультативної комісії з прав людини, які свідчать про те, що 51% французів вважають, що мусульмани складають «окрему групу» французького суспільства [29]. Меншу увагу, порівняно з «Ле Фігаро», газета «Ліберасьйон» приділяє мусульманам Західної Європи та США, включаючи лише 8 повідомлень інформативного характеру, без негативного наповнення [36]. Достатньо велику увагу Libération приділяє мусульманським країнам, де серед 44 повідомлень 12 мають негативний характер [27] та 32 – позитивний інформативний характер [5].

Газета «Юманіте» є щоденною комуністичною газетою, тираж якої складає більше 75 тис. примірників, що майже у два рази менше ніж у вищезгаданих газет, однак при цьому частота повідомлень у рік про мусульманський світ є найнижчою і становить 103 повідомлення, в той час як в газетах «Ле Монд» – 388, «Ле Фігаро» – 360 та «Ліберасьйон» – 760. Цікавим є той факт, що з 52 повідомлень, які стосуються французьких мусульман лише 2 негативно зображують мусульман і стосуються представників радикальної частини мусульман [9], 50 – мають нейтральний характер [35], однак тут присутня певна особливість: більшість повідомлень є достатньо критичними, їх не можна охарактеризувати як негативні, але вони не вирізняються позитивним контекстом: маємо справу зі стриманою та пом'якшеною критикою мусульман Франції.

Повідомленням, які стосуються мусульман США та Західної Європи, відводиться незначна увага і це складає 11 статей, які швидше підтримують та захищають мусульман, які там мешкають [21]. При цьому негативні повідомлення відсутні. Те саме стосується і віруючих мусульман, тут з 37 повідомлень лише 5 відображають негативні риси дій мусульман в даних країнах і стосуються насилля вчиненим ісламістами та терористичними угрупованнями [39]. Зокрема 32 повідомлення відображають дії мусульман у державах, які борються за визволення проти авторитарних режимів, за свободу та демократію [40].

В контексті вищезгаданих повідомлень про французьких мусульман, друковані ЗМІ частіше за все піднімають три основних питання. По-перше, це іслам який співіснує зі світською Францією [32], питання, які стосуються хіджабу та мусульманської жінки, зображенню французьких мусульман як іноземців. По-друге,

політичний іслам [11], в даному випадку мається на увазі ототожнення ісламу з насиллям, джихадом, тероризмом. По-третє, суфізм [22], який сприймається як мирний деполітизований іслам, наповнений любов'ю до Аллаха, який ще називають ідеальним ісламом. Розглянемо докладніше дані питання.

У свідомості французів мусульмани залишаються іммігрантами, які заповнили їхню державу, навіть якщо вони народились і вросли у Франції. У французькому суспільстві іслам розглядається як окрема релігія, яка недостатньо відома французам й належним чином не висвітлена в історії Франції і визначається як негативний і дестабілізуючий фактор у суспільстві. У 1998 р. було проведено опитування мусульманського населення Франції стосовно того, що б вони бажали, щоб держава для них зробила. Більша частина, а це 58% мусульман відповіли, що бажали б підвищити обізнаність французів стосовно цінностей ісламу, 36% – сприянню будівництву мечетей і лише 14% висловили бажання носіння хусток дівчатам у навчальних закладах Франції [14].

96

Варто відзначити, що принцип світськості відіграє важливу роль у питанні французької національної ідентичності. В цьому сенсі, іслам є певним викликом для французької держави. У даному випадку виникає проблема можливості існування ісламу у світській державі, тому французькі мусульмани умовно поділяються на дві групи, які притримуються різних позицій. По-перше, це ісламісти, які вважають, що іслам не може існувати роздільно між земним та духовним світом [37]. У даному випадку секуляризація розглядається швидше як явище створене західним християнством та спроба його застосування у мусульманському суспільстві сприймається як спроба колонізувати мусульманську культуру. По-друге, модерністи, найбільш прийнятна для французького суспільства частина мусульман, які захищають принципи світськості та сприймають його як частину універсальної космополітичної культури, але їхня кількість на порядок менша від вищезгаданих [10]. Однак, відображення поглядів щодо принципу світськості, які висловлюють різні рухи такі як Союз ісламських організацій Франції чи Союз мусульманської молоді, друківані ЗМІ майже не враховують.

Таким чином, ідеальна політична модель мусульман для французів мала б вигляд «світського мусульманина», який повністю



протилежний мусульманам з приміських гетто, які вважаються фундаменталістами та асоціюються із насиллям, неможливістю до інтеграції та невід'ємною частиною ісламу.

Зауважимо, що французькі друковані ЗМІ відображають образ мусульманської жінки певним чином односпрямовано, де переважають релігійні мотиви, залишаючи поза увагою інші важливі моменти соціальних умов та соціокультурних аспектів. Іслам розглядається як ситуація підпорядкування жінки, у даному випадку породжується загальний образ мусульманської жінки протилежної до жінки західного соціуму. Тому статті, які постійно з'являються у друкованих ЗМІ, розрізняючи добрий та поганий іслам, відповідно до зайнятої позиції щодо питання хіджабу у Франції. Друковані ЗМІ розглядають хустку як символ пригнічення жінки у мусульманському суспільстві [23]. Символічному значенню хустки приділяють дуже велику увагу, однак ЗМІ пояснюють це відходом від заангажованості та вбачають її символом, який веде до соціальної трансформації та прогресу. Хіджаб на Заході символізує образ непомітної мусульманської жінки, він представлений як спроба скрити та не допустити активність жінки у публічному житті. Мусульманська жінка у даному випадку отримує всю увагу, вона є об'єктом дискусій, політичних та культурних суперечок, а головним чином своєрідною метафорою розмежування між Мною та Іншим. Саме тому чисельні статті стали інструментом доведення несумісності між ісламом та світською державою.

Друковані ЗМІ приділяють більше уваги тій частині мусульманського населення, які є екстремістами [12]. Впродовж 2001 та 2005 років спостерігалось значне збільшення інформації стосовно ісламу. Це було пов'язано із замахами у Нью-Йорку та війнами на Близькому Сході, які посилюють та узаконюють вже існуючі чисельні негативні позиції щодо сучасного ісламу. Саме радикальний ісламизм використовують для посилення теорії культурної конфронтації. У баченні медіа політичний іслам перетворюється у джихад, який схвалює застосування тероризму та насилля. Бунти передмість засвідчують про глибоку кризу французької держави, про дефіцит каналів політичного діалогу та соціальну відсталість мусульманського населення. Друковані ЗМІ, зазвичай, шукають свідчень того, що небезпека є більшою ніж здається та виходить за межі країни [24]. Сьогодні іноді здається, що Захід знаходить-

ся перед обличчям глобального джихаду, а в цих умовах теорія конфронтації ісламу та західного світу набирає сили. Звичайно менше уваги преса Франції приділяє містичній течії в ісламі – суфізму, адже бачення цього явища у французів різняться. Суфізм є складовою частиною, найкращим образом ісламу, який зображує духовний, мирний, толерантний та індивідуальний світ вірування [28]. Суфізм став контробразом тому ісламу, який ототожнюють з насиллям, тероризмом, зневагою до жінок, опозицією сучасних цінностей, однак всі позитивні складові суфізму не можуть вплинути на немусульманське суспільство настільки щоби докорінно змінити сприйняття ісламу з негативного на позитивний.

98 — Отже, медіа-дискурс щодо неможливості мусульманської інтеграції у французьке суспільство з'являється як невід'ємна умова ісламу, французькі мусульмани завжди вважались Іншими всередині французького суспільства та сприймались зовсім інакше від корінних французів та європейців загалом. Ця здатність сприйняття тісно пов'язана із процесом формування та утвердження французької ідентичності, заснованої на західних цінностях. Безсумнівно, у кризові часи негативні риси Іншого інтенсифікуються як відповідь на матеріальну кризу для підкреслення різниці між «Я» та «Іншими». Такий образ ісламу як «Чужого» допомагає легітимізувати соціальний порядок.

Найважливішими завданнями друкованої преси Франції є, перш за все, створення більш позитивного іміджу мусульман та ісламу та його відображення зокрема всередині французького й мусульманського суспільств. Сьогодні нагальною проблемою Західного світу є необхідність почути голос кожного мусульманина, не дивлячись на течії всередині ісламу. Таким чином, необхідно підтримувати глибший критичний діалог, який виходить за межі спрощених уявлень та упередженості. Лише за таких умов мусульмани, які проживають у Франції зможуть відігравати достойну роль у назрілому діалозі двох культур.

#### Джерела та література:

1. Albert E. L'expulsion qui marque la fin du «Londonistan»/Eric Albert// Le Monde. – 07.10.2012.
2. Amar M., Milza P. L'immigration en France au XX siècle/Marianne Amar, Pierre Milza. – Paris: Armand Colin. – 1990. – P. 237. (p. 331).

3. Aqmi: «tuer les diplomates américains»// Le Figaro. – 18.09.2012.
4. Barou J. Europe, terre d'immigration/Jaques Barou. – Grenoble: PUG. – 2006. – P. 117. (p. 230).
5. Bazin M. Nuages sur le modèle turc/ Marcel Bazin// Libération. – 11.10.2012.
6. Caricatures : les musulmans de France entre colère et indifférence// Le Monde. – 21.09.2012.
7. Charlie Hebdo. – № 1057. – 19.09.2012.
8. Clinton fustige la vidéo anti-islam// Le Figaro. – 13.09.2012.
9. Du P. Dounia Bouzar: «La radicalisation doit être mieux étudiée»/ P. Du.// L'Humanité. – 08.10.2012.
10. Duplouich J. Le Forum social mobilisé par l'intégration des musulmans en Europe/ Jacques Duplouich// Le Figaro. – 18.10.2004.
11. Erich I. La France et l'islam. L'état et la mouvance islamiste. Les filières françaises de la «guerre sainte». Une frange de Français d'origine maghrébine s'est engagée dans le jihad/Inciyan Erich//Le Monde. – 13.10.1994.
12. Fraissard G. Trente ans de guerre au nom de dieu/ Guillaume Fraissard// Le Monde. – 31.12.2011.
13. Géraud A. Les nouvelles étiquettes de la diversité/Alice Géraud// Libération. – 29.10.2012.
14. Gresh A. Islam et médias/ Alain Gresh//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.islamlaicite.org/article49.html>
15. Guénois J.-M. Moussaoui : «L'islam est devenu un sujet politique»/ Jean-Marie Guénois//Le Figaro. – 24.10.2012.
16. Jessenne J.-P. L'image de l'Autre dans l'Europe du Nord-Ouest / Jean-Pierre Jessenne // Vingtième Siècle. Revue d'histoire. – №47. – 1995. – P. 210. (210-212) .
17. Koff H., Duprez D. The riots in France: The international impact of domestic violence/Harlan Koff, Dominique Duprez//Journal of Ethnic and Migration Studies. – Vol. 35. - #5. – 2009. – P. 716. (713-730).
18. La vraie nature de Marine Le Pen// Le Monde. – 23.09. 2012.
19. Le Bars S. Des programmes de «déradicalisation» encore balbutiants / Stéphanie Le Bars // Le Monde. – 19.10.2012.
20. Lemaître F. Ce que veulent les nouveaux Allemands/ Frédéric Lemaître//Le Monde. – 09.10.2012.
21. Les discriminations envers les musulmans en Europe dénoncées par Amnesty international// L'Humanité. – 24.04.2012.

- 
- 
22. Lévy-Willard A. Hassen Chalghoumi. L'imam des lumières/ Annette Lévy-Willard//Libération. – 05.07.2012.
23. Menegaux C. Niqab : l'audacieux pari des «ambassadrices de la laïcité»/ Charlotte Menegaux // Le Figaro. – 23.03.2012.
24. Mergui J. A Toulouse comme en Israël, le djihadisme tue/ Joël Mergui//Le Monde. – 22.11.2012.
25. Oberlé T. L'Allemagne se mobilise contre l'islamisme radical/ Thierry Oberlé// Le Figaro. – 19.04.2012.
26. Paris G. L'Arabie saoudite, puissance en trompe-l'oeil/Gilles Paris// Le Monde. – 16.09.2012.
27. Perrin J.-P. La Syrie, station sévices/Jean-Pierre Perrin// Libération. – 31.10.2012.
28. Portes T. «Le soufisme, un islam d'ouverture à l'autre»/ Thierry Portes//Le Figaro. – 04.07.2003.
29. Repères. Altérité et racisme// Libération. –29.10.2012.
- 100 30. Sept suspects mis en examen et écroués après l'attentat de Sarcelles// Libération. – 11.10.2012.
- 31. Sipa Merah a libéré des «pulsions antisémites»/ Sipa //Le Figaro. – 02.11.2012.
32. Ternisien X. Bruno Etienne Sociologue, spécialiste des religions/ Xavier Ternisien//Le Monde. – 07.03.2009. – P. 27.
33. Un attentat en représailles au film anti-islam frappe Kaboul // Le Figaro. – 17.09.2012.
34. Valls reçoit les représentants musulmans//Le Figaro. –19.09.2012.
35. Vergnol M. Nicolas Sarkozy se dit « ami des musulmans »/ Maud Vergnol // L'Humanité. – 15.03.2012.
36. Versieux N. L'islam à l'école de l'Allemagne/Nathalie Versieux // Libération. – 27.09.2012.
37. Vincens B. «L'État doit venir en aide aux quartiers»/ Bruno Vincens//L'Humanité. – 10.12.2012.
38. Webster New Collection Dictionary. – Spring Field, Mass: G. and C. Merriam Co. – 1997. – P. 1141. (1977 p.).
39. Zerrouky H. Ce que cache la violence islamiste/Hassane Zerrouky//L'Humanité. – 19.09.2012.
40. Zerrouky H. Le monde musulman ne s'enflamme pas/Hassane Zerrouky //L'Humanité. – 18.09.2012.

## ФОРМУВАННЯ НОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПУБЛІЧНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЄС

Перманентні геополітичні зміни на Європейському континенті, в епіцентрі яких сьогодні опинилася Україна, доводять важливість консолідації найвпливовішого у цьому регіоні субрегіонального об'єднання – Європейського Союзу, не лише в безпековій та економічній, а й в інформаційній сфері. У статті проаналізовано діючі рамкові програми та проекти ЄС, спрямовані на всебічний розвиток інформаційного сектору, ефективність індустрії та впровадження високих технологій у всі сфери життєдіяльності країн-членів ЄС. У центрі уваги інформаційні програми ЄС, які включають широкий спектр співробітництва європейських країн для розвитку передових інформаційних та комунікаційних технологій, стимулювання політики глобальних інновацій, адаптацію європейських ринків до нових соціально-економічних умов і подальший розвиток наукових інтерактивних досліджень. У статті досліджується інформаційна діяльність ЄС, комунікаційна політика знаходиться на етапі переформатування і навіть вироблення нової парадигми, в основу якої покладено принцип відкритості та публічності. Власне, сьогодні ЄС переорієнтовує увагу із загальноприйнятої для європейських країн практики доступу громадськості до документованих джерел та матеріалів, концентруючи увагу на виробленні власних інформаційних приводів для ЗМІ, із залученням до цього процесу регіональних та місцевих представництв.

**Ключові слова:** інформаційна політика ЄС, комунікаційні технології, публічна сфера.

Перманентные геополитические изменения на Европейском континенте, в эпицентре которых сегодня оказалась Украина, доказывают важность консолидации влиятельного в регионе субрегионального объединения – Европейского Союза, не только в сфере безопасности и экономики, но и в информационной сфере. В статье проведен анализ действующих программ и проектов ЕС, направленных на всестороннее развитие информационного сектора, эффективность индустрии и внедрения высоких технологий во все сферы жизнедеятельности стран-членов ЕС. Изучены информационные програм-

---

---

мы ЕС, которые включают широкий спектр сотрудничества европейских стран для развития передовых информационных и коммуникационных технологий, стимулирования политики глобальных инноваций, адаптацию европейских рынков к новым социально-экономическим условиям и дальнейшее развитие научных интерактивных исследований. В статье проводится анализ информационной деятельности ЕС, коммуникационная политика которого проходит этап реформатирования, а также выработка новой парадигмы, в основу которой положен принцип открытости и публичности. Собственно, сегодня ЕС переориентирует внимание с общепринятой для европейских стран практики доступа общественности к документированным источникам и материалам, концентрируя внимание на выработке собственных информационных поводов для СМИ, с привлечением к этому процессу региональных и местных представительств.

102 **Ключевые слова:** информационная политика ЕС, коммуникативные технологии, публичная сфера.

---

*Permanent geopolitical rotation on the European continent, in the focus of which was today Ukraine, proves the importance of the consolidation activity within the most influential regional sub-regional integration - the European Union, not only in the security and economic, but also in the information sector. The paper analyzes the existing framework of the EU programs and projects aimed at the comprehensive development of the information sector, efficiency industry and the introduction of high technologies in all areas of the EU Member States. Studied the information of the EU, which include a wide range of the European cooperation for the development of advanced information and communication technologies, global policy to stimulate innovation, adaptation of the European markets to the new socio-economic conditions and the further development of interactive scientific research. The paper analyzes the information of the EU communication policy which stage is reformatted and even develop a new paradigm, which is based on the principle of open and public. In fact, today the EU reorients attention to a common European practice of public access to documented sources and materials, with a focus on developing their own information events for the media, with involvement of regional and local representatives.*

**Keywords:** EU information policy, communication Technology.

Сучасний розвиток міжнародних відносин постійно засвідчує важливість вироблення державами чіткої стратегії у формуванні інформаційної політики. Адже сформована інформаційна стратегія не лише сприяє формуванню успішної політики на зовнішній арені, а й набуває елементів крайньої необхідності задля успішного лобювання власних інтересів на міжнародній арені. Еволюція міжнародних інформаційних відносин спонукає держави формувати не лише національну інформаційну стратегію, а й брати активну участь у виробленні скоординованих підходів щодо інформаційної діяльності.

Перманентна геополітична ротація на Європейському континенті, в епіцентрі якої сьогодні опинилася Україна, доводить важливість консолідації найвпливовішого у цьому регіоні субрегіонального об'єднання – Європейського Союзу, не лише в безпековій та економічній, а й в інформаційній сфері.

Аналіз останніх досліджень інформаційної діяльності ЄС доводить його ініціативність у формуванні прогресивного європейського інформаційного суспільства, з очевидними інноваційними підходами при втіленні політики інтеграції з активним залученням ІТ технологій. Відтак, інформаційна діяльність зазначеного регіонального об'єднання дедалі частіше викликає інтерес вітчизняних та зарубіжних науковців.

Європейський Союз є найбільш впливовим об'єднанням держав в європейському регіоні. Його регіональна політика спрямована на усунення бар'єрів та диспропорцій між країнами-учасницями, ліквідацію інформаційної нерівності з одночасною консолідацією інформаційних ресурсів, збереження національної самобутності та ідентичності. Вже до середини 90-х років ХХ ст. у країнах ЄС склалося чітке розуміння важливості інформації як одного з найважливіших інтелектуальних ресурсів сучасного розвитку. А протягом ХХІ ст. європейською спільнотою було здійснено низку важливих прогресивних кроків, спрямованих на розвиток і вдосконалення інформаційної сфери.

Необхідність переходу до інформаційного суспільства, як зазначається в останніх документах Європейського союзу, обумовлюється становленням та домінуванням у нових технологічних укладів, переходом інформаційних ресурсів у реальні ресурси соціально-економічного прогресу, задоволенням

потреб суспільства в інформаційних продуктах і послугах, зростанням ролі інформаційно-комунікаційної інфраструктури у системі суспільного виробництва, вдосконаленням освітньої, науково технічної і культурної сфер та рівноправного використання інформаційних ресурсів.

Загальна структура ЄС визначає інститути, через які реалізується політика в галузі інформації та комунікації – Європейську Раду, Європейську Комісію, Генеральний Директорат з інформаційного суспільства, Форум інформаційного суспільства ЄС, Генеральний Директорат з освіти і культури та через інформаційні центри у країнах-членах організації та за її межами [3, с.138].

Власну стратегію інформаційної діяльності ЄС розпочав ще з дня свого заснування, визначивши в статтях Маастрихтського договору 1992 р. положення про збереження європейської самобутності в еволюції інформаційного обміну та процесі інтеграції урядових структур [8].

104

— У 1993 році Європейська Комісія ухвалила революційний документ «Біла Книга. Зростання, конкурентоспроможність, зайнятість: виклики та стратегії ХХІ століття» про зміну економічної політики ЄС, де визнається важливість ідеології інформаційної цивілізації, ефективність промислового розвитку на основі нових комунікаційних технологій, підвищення якості життя населення європейських країн. У рамках Єврокомісії були обговорені такі стратегічно важливі доповіді, як «Європа і глобальне інформаційне суспільство: рекомендації для Європейської Ради ЄС» (Доповідь М. Бангеманна, Брюссель, 1994 р.), «Шлях Європи до інформаційного суспільства» (Люксембург, 1994 р.), «Включення інформаційного суспільства у політику Європейського Союзу. План дій» (Брюссель, 1996 р.), «Доповіді ЄК Форуму інформаційного суспільства» (Брюссель, 1996-2000 рр.), в яких реалізація ідеї інформаційного суспільства полягає:

- 1) в оптимальному використанні інформаційних і комунікаційних технологій для європейської інтеграції та задоволення суспільних потреб;
- 2) у розробці правової бази для вільної конкуренції універсальних інформаційних продуктів і послуг;
- 3) у створенні європейської інформаційної супермагістралі на основі об'єднання національних мереж для електронної комерції;



4) у запровадженні інформаційних технологій для вдосконалення освіти, кваліфікації та навичок життя у новому середовищі;

5) у вдосконаленні можливостей європейської індустрії та забезпеченні конкурентоспроможності на світових ринках [4, с. 235].

Засади європейської інформаційної політики ЄС концептуально сформульовані у доповіді комісії під головуванням М. Бангеманна. Основна ідея документу – створення інформаційного суспільства на основі процесу європейської інтеграції з метою забезпечення економічної стабільності країн Європи, економічного зростання традиційних і нових (інформаційних) виробництв, розв'язання соціальних проблем, створення нових робочих місць і зайнятості населення, надання можливостей для вільного доступу до глобальних мереж із метою освіти, охорони здоров'я та адміністративного управління. При цьому наголошується на економічному зростанні саме європейської промисловості за умови інтенсифікації розвитку високих технологій, на поширенні пропаганди ідей інформаційного суспільства та послуг у національних спільнотах. Група М. Бангеманна запропонувала відповідний план дій для становлення інформаційного суспільства в Європі [5].

Усвідомлюючи важливість нових тенденцій еволюційного розвитку, Європейська Комісія ЄС прийняла програмний документ «Шлях Європи до інформаційного суспільства» (1994 р.), в якому визначені принципи діяльності ЄС в галузі інформації і комунікації. Вони полягають у необхідності формування суспільної думки і підготовці європейської спільноти до усвідомлення реалій інформаційного суспільства; у створенні концепції європейської інформаційної політики та європейського інформаційного права; у забезпеченні вільного доступу до інформаційних послуг із широким спектром використання; впровадженні багатомовності в інформаційній і комунікаційній діяльності, збереженні національно-культурної самобутності та ідентичності.

Форум інформаційного суспільства (ФІС) – незалежний консультативний орган ЄС, головною метою діяльності якого є збалансований розгляд усіх аспектів і викликів інформаційного суспільства. Як консультативний орган ФІС надає ЄК ЄС пропозиції і рекомендації щодо пріоритетних напрямів діяльності та реалізації проектів організації. Процедура роботи та прийняття рішень ФІС дає можливість вести відкриті політичні дискусії з метою констру-

тивного обміну ідеями і для вільного вираження поглядів із проблем міжнародної координації дій за програмою інформаційного суспільства, формування єдиної системи правового регулювання інформаційної сфери, конвергенції телекомунікацій, засобів масової комунікації.

106 — Форум проводить конференції на рівні міністрів у галузі комунікації країн-членів для розгляду актуальних проблем інформаційної політики, економіки, права. На конференціях Форуму (Бонн, 1997 р.; Барселона, 1998 р.; Брюссель, 1999 р.; Відень, 2000 р.) і у прийнятих на них документах (деклараціях) наголошується на поширенні ідеї інформаційного суспільства в країнах ЄС, координації дій за наступними напрямками: декларація споживача інформаційних послуг, проблеми зайнятості і соціальний захист, міста в інформаційному суспільстві; модель Європи в інформаційному суспільстві; інновації нової галузі (інформаційний бізнес); електронні уряди (впровадження нових технологій у системи управління місцевої та регіональної влади); європейська інтеграція і процес розширення на Схід; трансформація освіти; демократичні цінності і ЗМК, інфраструктура, нові технології і суспільний сектор. Досвід Форуму у розробці стратегій суспільного розвитку в умовах інформаційного суспільства та формуванні свідомості європейської спільноти з цієї проблеми втілюється у директивних рішеннях ЄК ЄС та реалізується національними урядами країн-членів.

Генеральний Директорат ЄС з інформаційного суспільства був створений у 1999 році в результаті реорганізації ЄК, до компетенції якого входили напрями: телекомунікації, інформаційний ринок, наукові дослідження з інформаційних технологій. Метою діяльності Директорату з проблем інформаційного суспільства є здійснення політики Європейської Комісії ЄС в галузі інформації і комунікації. Основними завданнями Генерального Директорату є:

- 1) формування політики інформаційного суспільства в країнах ЄС;
- 2) розробка регулятивних та правових документів, необхідних для здійснення інформаційної політики в європейському регіоні;
- 3) створення програм інформаційного суспільства і встановлення взаємодії між політикою розвитку технологій та політикою регулювання інформаційного суспільства;

4) впровадження нових технологій в інші сфери життєдіяльності європейських спільнот;

5) допомога у реалізації програм ЄС, пов'язаних з інформаційним суспільством, зокрема за напрямами зовнішньої політики, технологічних досліджень, підприємницької ініціативи, конкуренції, єдиного ринку, освіти, культури.

У рамках повноважень Директорату була прийнята програма заходів щодо збільшення безпеки в Інтернеті, в якій підкреслюється можливість розробки загальної структури цифрового підпису та кодування для підвищення рівня безпеки електронної торгівлі в Інтернеті, а також важливість стимулювання випуску та розвитку криптографічної продукції. Директорат також ініціював розробку і підготовку документів про телекомунікації і супутниковий зв'язок, конвергенцію медіаіндустрії, аудіовізуальну політику, регулювання інформаційної діяльності, соціальні аспекти інформаційних супермагістралей, проблеми соціальної політики в інформаційному суспільстві, антимонопольні заходи в медіабізнесі. Генеральний Директорат з інформаційного суспільства визначив конкретні напрямки розвитку на XXI століття – удосконалення пан'європейської інформаційної політики та інформаційного права, сприяння становленню інформаційного суспільства.

Сьогодні, в рамках ЄС реалізується близько 500 програм і проектів, спрямованих на всебічний розвиток інформаційного сектору, ефективність індустрії та впровадження високих технологій у всі сфери життєдіяльності країн-членів ЄС. Європейський Союз розвиває програми наукових досліджень у галузі інформаційних технологій у різних контекстах за стратегічними напрямами європейського розвитку на основі інтелектуального потенціалу та об'єднання інформаційних ресурсів. Інформаційні програми ЄС включають широкий спектр співробітництва європейських країн для розвитку передових інформаційних та комунікаційних технологій, стимулювання політики глобальних інновацій, адаптацію європейських ринків до нових соціально-економічних умов і подальший розвиток наукових інтерактивних досліджень [10].

Досліджуючи стратегії інформаційної діяльності ЄС, слід звернути увагу й на ще один важливий аспект інформаційної діяльності ЄС – це процес формування внутрішньої інформаційної струк-

тури Союзу, зокрема трансформації у відкритості європейських інститутів. Підґрунтям публічності інститутів ЄС став документ єврокомісара Жуана де Деуша Пінейру під назвою: «Інформація, комунікація, відкритість». Запропонована програма передбачала зокрема впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у систему внутрішньої інтеграції структурних елементів та країн-членів ЄС з одночасним формуванням відкритого доступу громадськості до програм діяльності Союзу. Відтак, було створено Генеральний директорат з питань преси та комунікації, який об'єднав інформаційну політику ЄС у єдину стратегію діяльності на основі трьох рамкових програмних документів: «Нові грані співпраці у сфері інформації та комунікації ЄС» (СОМ 2001); «Стратегія ЄС у сфері інформації та комунікації» (СОМ 2002); «Імплементация стратегії ЄС у сфері інформації та комунікації» (СОМ 2004) [7].

108

— В основу нової інформаційної програми покладено процес децентралізації процедури надання інформації країнам-членам ЄС задля раціоналізації роботи інформаційної мережі в структурі самої організації. Відтак, ЄС зосередив свою увагу на розвитку місцевих мереж зв'язку і передав у 2001 р. більше повноважень з Брюсселя – Європейській асоціації локального інформаційного розвитку (AEIDL). Одночасно започатковано програму підготовки кадрів для збору, аналізу та передачі інформації у представництвах країн-членів ЄС, що в майбутньому передбачає передачу їм обов'язків по розбудові інформаційних точок забезпечення досконалої форми реактивного та своєчасного інформування. Такі тренінги відбувалися на базі відомих європейських інженерних вузів у 2005-2009 рр.

Прагнення Єврокомісії диверсифікувати інформаційний зв'язок із суспільством по лінії «центр-регіон» через місцеві представництва були цілком виправданими, адже «невдалі» референдуми в країнах-членах Союзу щодо Конституції спровокували дискусії навколо питання недостатнього взаємозв'язку між суспільством та структурами ЄС, здебільшого щодо непродуманої інформаційної кампанії, яка мала б забезпечити позитивний результат. Власне, відсутність комунікації в суспільстві навколо проблем євроінтеграції та бачення щодо майбутнього ЄС й викликало проблему поглиблення євроскептицизму та низької довіри, і як

наслідок відсутності підтримки відповідних європрограм.

Нова стратегія Європейської Комісії зосереджена також на виробленні системи зав'язків з громадськістю, що дозволить не лише сфокусувати увагу на специфіці багатокультурності населення Європи, а й зробити структуру ЄС доступною і як результат спровокувати суспільний інтерес до загальноєвропейської політики. З таких ініціатив було підготовлено нову програму «План Д: Демократія, Діалог, Дебати» (Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate (COM 2005)) мета якої – започаткувати широкий діалог про майбутнє Євроспільноти між інститутами та громадянами ЄС. Згідно положень документу, дебати про майбутнє Європи повинні зосередитися на потребах та очікуваннях громадян з метою підтримки довіри і участі у представницькій демократії. Знаковим для нової стратегії стало визначення цільових аудиторій (наприклад молоді, середнього класу, люди пенсійного віку), тобто було взято до уваги специфіку впливу ЗМІ на різні верстви населення, що, у свою чергу, започаткувало інтерактивну форму політичних дискусій [11].

Так, у 2006 році «План Д: Демократія, Діалог, Дебати» стартував як основоположна стратегія налагодження комунікації між ЄС та громадянським суспільством. Деталізовані заходи Плану Д мали подолати або, принаймні, послабити негативну тенденцію падіння інтересу значної частини населення до інтеграційних процесів, зниження активності виборців і появи сумніву щодо взаємовигідного об'єднаної процесу для всіх його учасників і суб'єктів. Тому дебати повинні були відбуватися не лише на загальноєвропейському рівні, а й включити до дискусії місцевий, регіональний та національний рівні кожної з країн ЄС, розгортаючись як в новоінституціоналізованому європейському публічному просторі, так і в рамках вже існуючих комунікативних структур, платформ, майданчиків та форумів. Діалоги повинні були розгортатися не тільки в парламентах, але також у друкованих та електронних ЗМІ, в Інтернет-просторі, за допомогою проведення «круглих столів», опитувань громадської думки, фокус-груп та інших інтерактивних форм взаємодії. На думку головної ініціаторки інноваційного проекту Маргот Вальстрем, тогочасного віце-президента та комісара Єврокомісії, План Д – це найефективніша комунікативна стратегія, націлена на стимулювання широкої суспільної дискусії з питань

---

майбутнього [2, с. 11].

Відповідно до Плану Д кожна з таких дискусій знаходила своє відображення на місцевій, регіональній та національно-державній платформі і відповідно до задумів авторів зверталася увага суспільства на майбутнє Європи, віддаючи при цьому належну увагу думкам та баченням соціуму з одночасним фіксуванням пропонувананих пропозицій. Головні питання, які були включені до порядку денного публічного діалогу, стосувалися передусім взаємовигідної європейської інтеграції, подальшого спільного вирішення економічних та соціальних питань, створення нових робочих місць, вдосконалення роботи транспорту, цін на енергоносії, стану екології і так далі. Запропонована нова форма комунікації носила не звичний формальний односпрямований процес інформування, а принципово двосторонній, діалоговий, дискусійний характер, що полягав не просто в можливості громадянського суспільства артикулювати свою точку зору, але і в агрегації альтернативних точок зору, в обліку різних бачень й пошуку прийняттого консенсусу або навіть компромісу [9].

110

Провівши аналіз інформаційної діяльності ЄС, можна переконливо стверджувати, що його комунікаційна політика проходить етап переформатування і навіть вироблення нової парадигми, в основу якої покладено принцип відкритості та публічності. Власне, сьогодні ЄС переорієнтовує увагу із загальноприйнятої для європейських країн практики доступу громадськості до документованих джерел та матеріалів, концентруючи увагу на виробленні власних інформаційних приводів для ЗМІ, із залученням до цього процесу регіональних та місцевих представництв.

Обґрунтовуючи свої позиції глибинним аналізом настроїв у суспільстві на основі три-етапного емпіричного дослідження, а саме: вивчення документів, експертне інтерв'ювання та стандартне опитування, Європейська Комісія вирішила докорінно змінити комунікаційну парадигму ЄС перейшовши від бюрократичної політики «за зачиненими дверима» до політики прозорості та діалогу з одночасним впровадженням власної PR-кампанії, необхідність якої доведена наростаючою кризою довіри до діяльності структури ЄС.

Відтак, нова стратегія публічності в інформаційній сфері ЄС передбачала наступні кроки:

- Відкриті засідання Європейської Ради. Раніше публічними були лише засідання Європейського Парламенту, у той час як всі засідання Ради та Комісії відбувалися за зачиненими дверима і це давало змогу главам держав-учасниць спекулювати навколо їх позиції щодо окремих питань і як наслідок уникати відповідальності за прийняті рішення від імені країни яку представляє. Сьогодні, більшість засідань Європейської Ради проходять в онлайн режимі.

- Усебічне право доступу до документів. Від 2001 року зазначене право еволюціонувало від дозволу в отриманні доступу до офіційних документів до обов'язку всім установам на всіх рівнях надавати вичерпну інформацію згідно надісланого запиту.

- Обмежений набір винятків. Поступово скорочується список інформації, яка повинна бути конфіденційною. До такої бази можуть бути віднесені лише документи з добре обґрунтованих причин (наприклад безпекові, резонансні чи з питань професійної етики).

- Нормативно-правовий реєстр. Публічність передбачає зручний спосіб пошуку потрібного документу, а відтак, новим завданням для структур ЄС та представництв держав-членів стало створення власних реєстрів нормативної бази і долучення їх до єдиної інформаційної системи ЄС.

- Реалізація положень. Даний крок передбачає контроль над процесом впровадження нової стратегії публічності в структурі ЄС. Відтак, інститути ЄС повинні надавати періодичні звіти з проблем реалізації інформаційної політики, а саме щодо запровадження та вдосконалення у підзвітним їм установах реєстрів документів та їх вільного доступу [9].

В процесі реалізації кроків стратегії публічності виокремлено новий елемент інформаційної діяльності ЄС – Інформацію державного сектору (ІДС), що є узагальненою назвою інформаційних ресурсів, зібраних і підготовлених органами державної влади та місцевого самоврядування, а також підприємствами державної форми власності в процесі їхнього функціонування (наприклад, метеорологічні, картографічні, юридичні, транспортні, фінансові, економічні та інші дані).

Переважна частина цих даних може бути використана повторно або інтегруватися у нові продукти і послуги (автомобільні системи навігації, прогнози погоди, фінансові та страхові послуги тощо).

Крім того, ІДС відіграє фундаментальну роль у функціонуванні внутрішнього ринку і у вільному обігу товарів, послуг та робочої сили. Легкодоступна адміністративна, правова, фінансова та інша суспільна інформація сприяє прийняттю правильних рішень суб'єктами діяльності (особливо транскордонної). Вона є дуже важливою для мобільності працюючих, а також для студентів і людей, що проживають у віддалених районах Європи.

З огляду на вищезазначене, інформацію державного сектору можна умовно класифікувати як адміністративну і неадміністративну. Перша категорія має безпосереднє відношення до виконання управлінських функцій урядовими та адміністративними структурами, друга – до вирішення актуальних проблем суспільного розвитку в різних сферах життєдіяльності (географічна, транспортна, бізнесова, науково-дослідна та інші види інформації). У свою чергу, адміністративна інформація може бути розподілена на інформацію, яка є фундаментальною для функціонування демократії (нормативно-правові акти, судова практика, парламентська інформація) та інформацію, яка не має такого фундаментального характеру. Зазначимо, що усі ці суспільно важливі для розвитку Європи інформаційні ресурси через національні законодавчі розбіжності щодо шляхів доступу до них тривалий час залишалися фрагментованими і розрізненими, а це утруднювало їхнє повторне використання.

Знаковим в цьому напрямі було прийняття у 2003 році “Директиви про повторне використання інформації державного сектора”, яка сформувала загальні правові рамки діяльності органів державної влади щодо процесу надання доступу до їхньої інформації для повторного використання з метою усунення дискримінаційних, монопольних бар'єрів та бар'єрів, пов'язаних з відсутністю прозорості [6].

Директива фактично встановила правові рамки для європейського ринку ІДС, який раніше не регулювався. Зокрема було зроблено акцент на двох ключових елементах внутрішнього ринку: його прозорості та чесній конкуренції. Предметом її регулювання стали матеріали, що перебувають у віданні державних органів держав-членів на національному, регіональному та місцевому рівнях, а саме: міністерств, відомств, муніципалітетів, а також фінансово підконтрольних урядових організацій. Метою Ди-



рективи є:

- сприяти створенню пан'європейських послуг, заснованих на інформації державного сектора;
- покращити ефективно транскордонне повторне використання інформації задля створення нових товарів та послуг;
- обмежити спотворення конкуренції на інформаційному ринку Співтовариства.

Згідно з положеннями Директиви, процедури для розгляду запитів щодо інформації для повторного використання повинні враховувати наступні проблемні питання: доступність, визначення вартості, прозорість, недопущення дискримінації, перехресне субсидування, ексклюзивні домовленості, ліцензування.

#### 1. Доступність:

- документи повинні бути доступні для повторного використання у всіх форматах і всіма мовами;
- матеріали повинні бути доступні у електронному форматі;
- обробка запитів та отримання ліцензій повинні виконуватись в конкретні терміни;
- для полегшення пошуку доступного матеріалу для повторного використання слід забезпечувати практичні інструменти (наприклад, списки інформаційних ресурсів чи мережевих порталів).

#### 2. Визначення вартості:

- витрати не можуть перевищувати певного рівня (розрахунок максимального рівня повинен базуватися на основі витрат, понесених для отримання інформації, разом з розумною віддачею від інвестицій);
- державні установи повинні намагатися закладати в ціну низькі витрати (чи їхню повну відсутність);
- органи державної влади на вимогу повинні розкривати порядок розрахунку витрат.

#### 3. Прозорість:

- прозорість умов повторного використання інформації державного сектора;
- витрати та інші умови повинні бути попередньо встановлені і опубліковані;
- зрозуміла інформація щодо підстав для відмови у разі негативного рішення, а також щодо засобів правового захисту заявників для оскарження рішень.

4. Недопущення дискримінації:

- умови для повторного використання не повинні бути дискримінаційними для подібних категорій ресурсів.

5. Перехресне субсидування:

- забороняється перехресне субсидування;  
- якщо державні органи повторно використовують свої документи для вироблення додаткових послуг в умовах конкуренції з іншими користувачами цих документів, то в цьому випадку до всіх повинні застосовуватися рівні витрати та інші умови.

6. Ексклюзивні домовленості:

- забороняються ексклюзивні домовленості;  
- ексклюзивні права можуть бути дозволені лише у виняткових випадках, коли вони необхідні для надання послуг в інтересах суспільства.

7. Ліцензування:

- наявність стандартних ліцензій в цифровому форматі;  
- ліцензії не повинні необґрунтовано обмежувати можливості

114

— для повторного використання або бути використані для обмеження конкуренції.

Документ набрав чинності 31 грудня 2003 року і лише 8 травня 2008 року всі 27 держав-членів сповістили Комісію, що вони повністю імплементували Директиву [1, с. 117-122].

Таким чином, з огляду на нові виклики, які постали перед ЄС в умовах його одночасного розширення і часткової втрати підтримки в середині вже сформованої євроспільноти, довелося вдаватися до пошуку нових стратегій інформаційної діяльності задля закріплення авторитету не лише в зовнішньополітичних умовах, а й в очах власного співтовариства. Здійснивши поглиблений аналіз інформаційної діяльності ЄС можна дійти висновку, що оголошений Союзом курс інформатизації суспільства формується з ряду стратегій, які покликані реалізувати амбіції ЄС на домінування в інфосфері не лише у об'єднаній Європі, а й в міжнародних відносинах. Відтак, сформована стратегія публічності визначила умови його авторитетності через консолідовану внутрішню підтримку з боку суспільства, яка ґрунтується на доступності політики ЄС: його відкритості та гласності, що дає йому змогу налагодити діалог з громадянами свого у рамках мультикультурних практик і як наслідок знаходити важливий компроміс у вирішенні

найгостріших проблем. Разом з тим, політика відкритості дозволяє суспільству вести прозорий діалог не лише з національними урядами, а й безпосередньо з інституціями ЄС, що формує суспільне переконання у щирості інтересу ЄС до громадських потреб, а отже й викликає потрібну для Союзу зворотну реакцію – широку підтримку його програм та покращення кредиту довіри до узгодженого курсу, спрямованого на поглиблення інтеграційних процесів.

#### Джерела та література:

1. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології. Колективна монографія / А.Л. Шинкарук, В.М. Парфенюк, Е.Я. Кац. – Рівне, 2013. – 416 с.

2. Зайцев А.В. Лиссабонський договір и інституалізація громадянського діалога в Евросоюзі / Александр Владимирович Зайцев // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – №4. – С. 24-32.

3. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика / Є.А. Макаренко. — К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.

4. Макаренко Є.А. Міжнародні інформаційні відносини: Монографія / Є.А. Макаренко. – К.: Наша культура та наука, 2002. – 452 с.

5. Bruggemann M. Information policy and the public sphere: EU communications and the promises of dialogue and transparency / Michael Bruggemann//Javnost-The Public. – Vol. 17. – 2010. – № 1. – P. 5-22.

6. Directive 2003/98/EC of the European Parliament and of the Council of 17 November 2003 on re-use of public sector information // Official Journal of the European Communities. – 31.12.2003. – L 345. – P. 90-96.

7. Overy P. European information: a guide to official sources. – United Kingdom.: European Information Association. – Fourth edition. – 2010. – 102 p.

8. Договор о Европейском Союзе (Маастрихт, 7 февраля 1992 года) [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994\\_029](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_029).

9. Зайцев А.В. Новая Агора: гражданский диалог в Евросоюзе / Александр Владимирович Зайцев [Електронний ресурс] / Электронные журналы. – Режим доступа: <http://e-notabene.ru/lr/>

article\_123.html.

10. Овсіюк М.О. Інформаційної політики ЄС у галузі медіа ресурсів / М.О. Овсіюк [Електронний ресурс] / Політологія. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/12\\_ENXXI\\_2011/Politologia/10\\_85580.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_ENXXI_2011/Politologia/10_85580.doc.htm).

11. Plan D for Democracy, Dialogue and Debate / Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. «The Commission's contribution to the period of reflection and beyond: Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate» COM(2005) 494 final [Електронний ресурс] / EUROPA: Summaries of EU legislation. – Режим доступу: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/institutional\\_affairs/decisionmaking\\_process/a30000\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/a30000_en.htm).

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО КОНТЕНТУ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН**

У статті розглядаються особливості суспільно-політичного контенту на телебаченні у контексті європейської політики медіаплюралізму, а також з'ясовуються проблеми суспільного мовлення в окремих державах ЄС. Автором зроблений висновок, що суспільне мовлення є потужним політичним засобом, котрий сприяє розвитку демократичного поінформованого суспільства, особливо у нових країнах ЄС, досвід яких дуже цінний для України.

**Ключові слова:** суспільно-політичний контент, суспільне мовлення, медіа плюралізм, медіасфера ЄС.

В статье рассматриваются особенности общественно-политического контента на телевидении в контексте европейской политики медиа-плюрализма, а также выясняются проблемы общественного вещания в отдельных государствах ЕС. Автором сделан вывод, что общественное вещание является мощным политическим средством, которое способствует развитию демократического, проинформированного общества, особенно в новых странах ЕС, опыт которых очень ценен для Украины.

**Ключевые слова:** общественно-политический контент, общественное вещание, медиа-плюрализм, медиасфера ЕС.

*The article deals the features of the socio-political content on television in the context of European policy of mediapluralism. It highlights the problems of public broadcasting in the several Member States. The author concluded that public broadcasting is a powerful political tool, which promotes informed democratic society, especially in the new Member States, which experiences very valuable for Ukraine.*

**Keywords:** sociopolitical content, public broadcasting, media pluralism, EU mediasphere.

У сучасному суспільстві телебачення це потужний політичний засіб, що відображає рівень свободи думки і слова в країні, а також рівень забезпечення прав людини на інформацію. Як засвідчує

європейська практика, суспільне телебачення є дійовим засобом для знищення монополії держави в інформаційному просторі та інструментом побудови вільного та демократичного суспільства. У Європейському Союзі стверджують, що однією з причин обмеження свободи слова в Україні та наявності існуючих проблем у її телевізійному просторі стала якраз відсутність суспільного телерадіомовлення. Саме тому досвід європейських країн у сфері суспільного мовлення становить особливу актуальність для України.

118 Ступінь вивчення теми. Проблемою телевізійного контенту вже багато років займаються за кордоном, зокрема, канадські дослідники Кетлін Кросс та Роберт А. Гакет досліджують політичні комунікації та новинні засоби масової інформації; проблеми впливу ЗМІ на глядача значну увагу приділяв американський вчений Річард Харріс. Д. Маккваел дотримується думки, що існування незалежного телевізійного простору можливе лише за умов співіснування комерційного та суспільного телебачення.

— Проблема реформування телевізійного простору країн Центрально-Східної Європи, зокрема Румунії, Польщі, Болгарії, у зв'язку з вступом у ЄС стала предметом глибоких наукових досліджень європейських науковців (А.Мунджіу-Піпіді, М. Претотеса, Л. Норд, М. Гловацкі, К.Якубович). Всі вони вважають, що медіасистема посткомуністичних країн Центральної та Східної Європи сформувалась під впливом нових економічних викликів та технологічних змін. Саме через це в деяких країнах, в тому числі й в Україні, трансформація державного телебачення у суспільне триває й до нині. К.Якубович займався вивченням суспільного мовлення посткомуністичних країн. Дослідження К.Якубовича зосереджувалось на моніторингу контенту телебачення окремих країн Центральної та Східної Європи та аналізі їхнього правового регулювання телевізійної сфери.

В Україні дослідженням медіаконтенту почали займатися порівняно недавно. Важливі аспекти розвитку медіа-комунікацій досліджували В. Іванов, В.Павлів, І.Чемерис та ін. Значний доробок у дану сферу досліджень вніс журнал «Телекритика», в якому активно обговорюється змістове наповнення українського телефіру. Зокрема, дослідженням політичної складової вітчизняного телевізійного контенту сьогодні активно займається заступник

шеф-редактора цього видання О.Довженко. Однак, на нашу думку, проблема суспільного телебачення, зокрема в європейському контексті, поки що не стала предметом поглибленого і всебічного аналізу і потребує подальшої розробки. Засадничою тезою ліберальних підходів до сфери вільних медіа, яких прагне Україна, є відкритість будь-яких суспільних і політичних питань для широкого обговорення і критики. Право особистості на свободу слова беззаперечне, навіть тоді, коли його «здійснення загрожуватиме добробуту й розвитку суспільства» [1, с.1029].

Метою статті є аналіз особливостей контенту суспільного мовлення, а також дослідження даної проблематики на прикладі країн, що порівняно недавно набули членства у Європейському Союзі.

У більшості європейських країн суспільне мовлення стало невід'ємним чинником розвитку усієї системи телебачення. Для позначення цього виду мовлення застосовують термін «public service broadcasting». В Україні, зважаючи на розбіжності у перекладі, його трактують по-різному, наприклад, як громадське мовлення – в офіційних перекладах документів Ради Європи, або як суспільне мовлення – в законах України. Натомість дослівний переклад «public service broadcasting» звучить як «мовлення в інтересах громадськості» або «мовлення, що служить громадянам» [2]. Як бачимо, жоден з українських термінів не є точним відповідником і не відображає суті особливої форми телемовлення. Тому зважаючи на наявність різних трактувань, що вживаються як у науковій літературі, так і у медіасфері України, в нашому дослідженні зупинимось на визначенні терміну «суспільне телебачення».

Однією з визначальних рис суспільного мовлення є те, що воно має служити і задовольняти інтереси всіх верств населення країни. Суспільне мовлення також в ідеалі передбачає невтручання держави у політику формування контенту, створення відповідних рад, комітетів чи комісій, які складаються з представників широкого кола громадськості і обираються народом на визначений термін [3].

Загальноприйнятими є три основних концепції дослідження суспільного телебачення: суспільне мовлення як національна програма; суспільне мовлення як інституція мовлення; суспільне мовлення як мовлення з особливим контентом.

Для більш глибокого розуміння поняття «суспільне мовлення» нами до уваги було взято останню. Дослідник проблем суспільного

мовлення Г.Сандергард зазначає, що діяльність такого виду телебачення у світі нині спирається тільки на суспільні потреби, які задовольняють їх, добираючи відповідний телеконтент. Якщо подивитися на цю проблему ширше, то можна стверджувати, що сучасний європейський простір мас-медіа включає широкий спектр комунікаційних інструментів на субрегіональному рівні, що забезпечує інтеграцію «у структурі суспільства» усіх ЗМК – телебачення, радіо, преси і завершуючи глобальними комп'ютерними мережами з їх можливостями впливати на «повсякденну свідомість» споживача [4, с.21].

У всіх випадках, окрім «незалежності виробників контенту від комерційних впливів», ці цінності стосуються змісту та характеру програмної продукції. На думку дослідника Дж. Блумлера [5, с.152], головне завдання суспільного мовлення полягає у захисті цих цінностей, що водночас є запорукою його довговічності. Амстердамський протокол суспільного мовлення, ухвалений Радою Європи 1997 року, також дає визначення поняттю «суспільне мовлення», зважаючи здебільшого на формування його контенту. Там, зокрема, підкреслено: «система суспільного мовлення у державах-членах ЄС безпосередньо пов'язана з демократичними і культурними потребами кожного суспільства, а також з необхідністю зберігати плюралізм інформації».

Регуляція контенту, що базується на балансі, неупередженості та служінні суспільству, сьогодні є одним із найважливіших факторів, що визначає природу суспільного мовлення об'єднаної Європи. Особливості контенту суспільного мовлення відрізняються у різних країнах ЄС, в залежності від законодавчих методів і традицій, а також від економічних, культурних, історичних та інших особливостей. Але навіть за таких умов існує низка вимог, які є обов'язковими і мають універсальний характер для контенту суспільного мовлення. Ці вимоги, як відомо, були сформульовані Радою Європи на Празькій конференції у грудні 1994 року, а Рада Європи зафіксувала дані положення у власних резолюціях. Зокрема, Празька резолюція визначає суспільне мовлення «як один з найважливіших факторів для існування плюралістичної системи спілкування, доступної для кожного» [6]. При цьому Рада Європи розглядає суспільне мовлення як допоміжний засіб для створення і розвитку розгалуженого, інформаційного, самодостатнього громадянського суспільства, яке



можна було б розглядати в якості дієвого органу представницького плюралізму, що об'єднує різні суспільні групи та формує суспільну думку [7]. Таким чином, відповідальний суспільний мовник повинен пропонувати населенню широкий діапазон якісного контенту, забезпечувати незаангажовану і незалежну інформацію та цікаві, аналітичні програми, що базуються на фактах і здатні завоювати довіру аудиторії, а також стати точкою відліку в умовах швидких змін на інформаційному ринку.

Отже, суспільне мовлення визнане на рівні ЄС, а також Радою Європи та іншими міжнародними організаціями як суттєвий елемент демократії у Європі та невід'ємна частка її культурно-цивілізаційного спадку.

У Протоколі про систему суспільного мовлення, що став додатком до Амстердамської угоди 1997 року, зазначається, що суспільне мовлення «безпосередньо пов'язане з демократичними, соціальними та культурними потребами кожного суспільства, а також з необхідністю зберігати медіаплюралізм» [9]. У 2005 році на Сьомій конференції Міністрів з питань політики мас-медіа, що проводилась у Києві, експерти ще раз підкреслили важливість суспільного мовлення «як елемента суспільної згуртованості та важливого фактора плюралістичної комунікації доступної всім» [10].

ЄС та Рада Європи приділяють діяльності суспільного мовлення особливе значення, втім їхній підхід до проблеми дещо відрізняється. Питання суспільного мовлення були викладені ЄС у Протоколі системи суспільного мовлення у країнах-членах (Protocol on the System of Public Broadcasting in the Member States), де система суспільного мовлення була названа, як така, що «відповідає демократичним, соціальним та культурним потребам кожного суспільства та сприяє медіа-плюралізму» [11]. Діяльність ЄС в сфері суспільного мовлення загалом включає в себе також різні регулятивні інструменти стосовно відповідності вимогам конвергенції, переходом від каналового до цифрового мовлення, медіа-плюралізму та культурного розмаїття. Нещодавня діяльність ЄС пов'язана з роботою Комітету з питань культури та навчання Європейського Парламенту. На початку 2010 року Комітет презентував доповідь на тему «Суспільне мовлення у цифрову епоху та майбутнє дуальної системи» [12].

---

Узагальнюючи найбільш значимі положення документів ЄС та РЄ, виокремимо шість загальноєвропейських принципів контенту суспільного телебачення.

По-перше, вже згадувана універсальність контенту – можливість усім без винятку громадянам мати доступ до інформації мовою, якою вони бажають. Універсальність також стосується й технологічного аспекту, за яким телеканали повинні забезпечити сам доступ до контенту.

По-друге, дотримання принципу плюралізму – широкий вибір контенту, який б характеризувався інформативність та навчальними елементами. Зобов'язання стосовно плюралізму контенту суспільного мовлення накладає на телеканали обов'язок найбільш широко інформувати суспільство про важливі події в країні та світі.

122 По-третє, незалежність від державних та комерційних інтересів зобов'язує суспільних мовників керуватися виключно професійними факторами, нехтуючи державними чи комерційними впливами.

По-четверте, неупередженість. Цей аспект тісно пов'язаний з незалежністю. За умов фінансування суспільного мовника з державних фондів, контент повинен залишатись неупередженим та не має бути заангажованим, відтворюючи позиції правлячої партії.

По-п'яте, сприяння національній ідентичності та національній культурі. Цей аспект є дещо спірним, через це його трактування в загальноєвропейському законодавстві є досить делікатним. Зокрема, таке зобов'язання суспільних мовників може обмежувати принципи редакційної свободи та сприяти домінуванню монокультурності на противагу полікультурному розмаїттю сучасної Європи.

По-шосте, головним джерелом фінансування має виступати саме суспільство. У ЄС сьогодні не існує єдиної системи фінансування суспільного мовлення. Фінансування в країнах-членах відрізняється внаслідок історичних та суспільно-політичних умов впровадження суспільного мовника.

У так званій західній моделі телебачення, до якої можна віднести розвинуті країни Західної Європи (Велику Британію, ФРН, Францію, Італію, Іспанію), суспільне телебачення стабілізувало свої позиції на телевізійному ринку та цілком успішно утримує аудиторію за-

вдяки якісному контенту. Однак, у країнах східної моделі, до якої прийнято зараховувати насамперед держави пострадянського простору та нещодавніх членів ЄС, суспільне телебачення досить часто критикують через його невідповідність статусу телебачення з особливим суспільно-політичним контентом. По-перше, принципи організації та управління суспільним телебаченням застаріли. У країнах західної моделі ідея суспільного мовлення була запропонована у ХХ столітті, а країни східної моделі перетворили свої державні телеканали на суспільні лише після колапсу комунізму і створювались безпосередньо на ідеях Заходу, які вже на той час були неактуальними. По-друге, змагання суспільного мовлення з комерційним призвело до розмаїття програм, що в свою чергу спричинило відмову великої кількості аудиторії сплачувати ліцензійний збір. До того ж фінансування суспільного телебачення з державних фондів у деяких країнах призводить до політизації контенту суспільних мовників та до звинувачень приватних мовників у бік ЄС щодо сприяння там «недобросовісній конкуренції». І, по-третє, в окремих країнах Європи політики більше сконцентровані на збільшенні впливу на суспільні телеканали, а не на створення сприятливих умов для їхнього розвитку.

Згідно дослідженню В.Хорслі та відповідними попередженнями ЄС, ситуація з суспільними мовниками у країнах, які відносно нещодавно ввели практику суспільного мовлення, насправді демонструє низку проблем, серед яких можна виокремити політичний тиск та жорсткі закони самоцензури. Не випадково, в одній з публікацій Інституту Відкритого Суспільства (Open Society Institute) «Телебачення в Європі: більше каналів, менше незалежності» йдеться про «реполітизацію» [13]. Причому у посткомуністичних державах досить часто спостерігається феномен «злиття політичної та медійної влади», що, на думку експертів, створює чудові умови для процвітання розгалуженого політичного втручання. Відповідно, таке втручання передбачає політичне маніпулювання телебаченням з обов'язковим придушенням будь-якого виявлення критики у бік вищих представників влади та владних інституцій. Загалом, розрізняють три моделі [14, с.102] взаємозв'язку політики та суспільного мовлення в Європі:

1. Формально автономна система, де затверджений механізм дистанціювання політики від ЗМІ;

2. «політика у мовленнєвій системі» (politics-in-broadcasting system), де керівні структури телебачення включають в себе представників політичних партій та соціальних груп;

3. «політика над мовленням» (politics-over-broadcasting system), де державні органи залишилися авторитетними у прийнятті мовленнєвих рішень.

На практиці країни так званої східної моделі, які при впровадженні суспільного мовлення наслідували зразки західноєвропейських країн, зіштовхнулися з низкою проблем, пов'язаних з непрофесіоналізмом журналістів, політизацією суспільних мовників та залежністю телевізійного контенту від політичних та комерційних інтересів.

124 — Якщо Західна Європа може робити впевнені заяви про важливість суспільного мовлення у побудові демократії та на-працьовувати рекомендації для впровадження цього типу мовлення в Україні, про що йшлося раніше, то приклад країн східної моделі, в тому числі постсоціалістичного блоку, на нашу думку є реальним досвідом того, що чекатиме Україну при впровадженні суспільного мовлення. Тому у подальшому зупинимось на досвіді функціонування суспільного мовлення у таких країнах східної моделі, як Польща, Румунія та Болгарія, досвід яких, на нашу думку, є для України найбільш важливим і повчальним.

Говорячи про Болгарію, можна констатувати: упродовж останніх років в країні відчутний прогрес у створенні вільного медіа середовища. Поява значної кількості нових телеканалів сприяла конкуренції телевізійного ринку та плюралізму контенту. Саме приклад Болгарії є свідченням того, що телебачення є сьогодні тим засадничим громадським інститутом, на якому тримається демократія. Однак телевізійна індустрія Болгарії зіштовхнулася і з низкою проблем, пов'язаних насамперед зі створенням нормативно-правової бази для роботи телебачення, а особливо з її втіленням у життя. Це відобразилось на тривалих спробах телевізійних мовників отримати економічну та політичну незалежність. Останні моніторингові дослідження, зокрема IREX Media Sustainability Index (MSI), засвідчують певні сумніви стосовно забезпечення свободи слова у Болгарії через постійне політичне та економічне втручання у роботу телеканалів.

Сьогодні суспільне мовлення Болгарії здійснюється Болгарським національним радіо та Болгарським національним телебаченням. На останньому здійснюється цілодобове загальнонаціональне мовлення на Каналі 1. У структурі Болгарського національного телебачення окремо виділяється регіональне суспільне мовлення, яке репрезентують 4 регіональних телецентри (у містах Варна, Пловдив, Благоевград, Русе), кожен з яких здійснює мовлення протягом 3 год. 50 хв. на добу. Однак, загальною проблемою медійного сектору Болгарії є недосконалість її мовленнєвого закону, Закону про радіо і телебачення, а також відсутність його правильного застосування на практиці. Закон створювався з метою гарантування плюралізму контенту, а також захисту від політичного та економічного втручання у роботу радіо та телебачення. Згодом цей закон декілька разів змінювався у зв'язку з підготовкою Болгарії до вступу у ЄС, і загалом, відповідав *Acquis Communautaire* – засадам правової системи Європи. Однак, із самого початку було цілком зрозуміло, що не дивлячись на існування відповідного закону, уряд Болгарії досить часто не в змозі впоратися з економічними та політичними викликами, що перешкоджають незалежності телевізійного простору. Зокрема, болгарський суспільний телеканал і досі фінансується в основному з державного бюджету, а не з незалежного Громадського фонду радіо і телебачення, як це було передбачено у Законі про радіо і телебачення. Фонд, як передбачалося, повинен був існувати за рахунок абонентської плати телеаудиторії, однак механізму збору цієї абонентської плати так і не було вироблено.

На ще одну проблему у розвитку медіасфери цієї країни вказує вітчизняний дослідник І.С.Осадца, підкреслюючи, що там існує «проблема концентрації власності» на ЗМІ насамперед через відсутність необхідних регуляторно-правових механізмів. Причому розв'язання проблеми власності є вкрай необхідним кроком для Болгарії з метою «захисту плюралізму та свободи ЗМІ» [15,с.157]. І все-таки за останнє десятиліття відчутним був серйозний прогрес у неухильному русі болгарської медіа-сфери по шляху демократизації. Як відзначено в одному із щорічних моніторингових звітів стосовно Болгарії (2012), країна продовжує залишатися одним з хороших прикладів у сфері організаційного розвитку щодо підтримки ЗМК, зокрема стабільної, професійної асоціації мовників. Проте, низка невирішених проблем залишається в галузі захисту прав

журналістів і сприяння якісній журналістиці [16,с.51]

Разом з тим, моніторинги Open Society Institute засвідчують, що суспільний телеканал не створює контент для задоволення інтересів усіх верств населення Болгарії. Насправді він конкурує з комерційними мовниками за аудиторію, через що його контент здебільшого носить розважальний характер. Тематичні квоти, які передбачені медіа законодавством ЄС також задовольняються не повні.

126 — Іншим прикладом трансформацій на телебаченні може бути румунський досвід. Згідно досліджень, проведених у Румунії, телебачення залишається найпотужнішим джерелом політичної інформації. [17, с.183]. Суспільне мовлення Румунії здійснюється на 4 загальнодержавних каналах – TVR1, TVR2, TVR-культура, TVR- міжнародний, та 4 регіональних каналах – TVR-Клуж, TVR-Тимішоара, TVR-Яси, TVR-Крайова. Канал TVR1 висвітлює загальні події, які складають загальносуспільний інтерес. Основна аудиторія каналу TVR2 – мешканці великих міст; контент – культурні та спортивні програми, які не розміщуються на TVR1, серіали, програми для дітей. Основний контент каналу TVR-культура – програми про культуру, мистецтво і бізнес, документальні фільми, симфонічні концерти, опера і балет. Основне завдання каналу TVR-міжнародний – формування позитивного іміджу Румунії за кордоном, висвітлення найбільш важливих питань зовнішньої та внутрішньої політики.

На перший погляд, румунський медіапростір характеризується наявністю великої кількості телеканалів, належним рівнем іноземних інвестицій у медіасферу, розгалуженим законодавством у відповідності до європейських стандартів та незалежністю суспільного телебачення, що гарантується законом. Таким чином, плюралізм контенту забезпечується наявністю різноманітних телеканалів, що його створюють; свобода висловлювання та право бути поінформованим гарантується Конституцією та відповідним законодавством. Зокрема, у Законі «Про радіо і телебачення» зазначається, що «будь-яка цензура аудіовізуальної комунікації заборонена», а «редакторська незалежність телевізійних мовників визнається і виправдовується».

Однак, дослідження EUMAP засвідчило, що насправді, румунський телевізійний простір відзначається низьким рівнем довіри

до телебачення та політичною залежністю суспільних мовників. Насамперед, це пов'язано з законом 2004 року, який заборонив усім комерційним телеканалам у передвиборчий період мовити у новинах про кандидатів. Це призвело до того, що більшість телеканалів перестали створювати політичний контент зовсім. Натомість суспільний телеканал SRTV, який згідно цього ж закону зобов'язувався доносити до глядачів повідомлення кандидатів на вибори, перетворився у своєрідний політичний рупор. Саме з цих причин згодом суспільні мовники почали менше створювати політичного контенту, особливо такого, де б з'являлися критичні матеріали про діючу політичну владу. Натомість на екранах почали переважати розважальні формати та ток-шоу.

В період вступу Румунії до ЄС в країні почав розвиватися процес, який місцеві експерти називали «берлусконізацією» (від прізвища італійського прем'єр-міністра та медіамагната Сільвіо Берлусконі). Адже усвідомлюючи важливість телебачення у розвиткові політичної кар'єри, багато політиків почали ставати власниками телеканалів, створюючи офшорні компанії на Заході Європи. Саме у цей час суспільний телеканал SRTV теж звинувачують у політизації та невідповідності його статусу громадського у задоволенні суспільно-політичних запитів громадян.

Ще один приклад – Республіки Польща. Як відомо, польський телевізійний ринок один з найбільших у Європі. Суспільне телевізійне мовлення Польщі здійснюється акціонерним товариством «Телебачення Польщі» на 5 каналах телебачення: TVP 1 і TVP 2 (із загальнонаціональним покриттям), TVP 3 (мовлення здійснюється через 12 регіональних філій АТ «Телебачення Польщі» (в Белостоку, Бидгощі, Гданську, Катовіце, Кракові, Любліні, Лодзі, Познані, Жешуві, Щецині, Вроцлаві і Варшаві), TVPolonia та каналі «Культура» (супутникове мовлення на територію інших держав; доступ до програм каналу в межах Польщі забезпечується кабельними мережами) [18, с.24]. Основний контент каналу TVP 1 – випуски новин, теледебати та документальне кіно (близько третини всього обсягу мовлення). Контент TVP 2 – переважно розважальні та музичні програми (хоча, як і на TVP 1, частка випусків новин, документальних фільмів та політичних дебатів також є високою – близько 20% ефіру). Контент TVP 3 та TVPolonia складають переважно програми класичної музики, телевізійна драма, релігійні

---

програми та новини (на TVP 3 випускам новин відведено близько третини ефірного мовлення), політичні дебати (частка яких на обох каналах вдвічі перевищує частку ефіру для теледебатів на перших двох каналах суспільного мовлення).

Недивлячись на те, що Польща створила публічну сферу та демократичні інститути, вона продовжує вирішувати деякі проблемні питання, що є типовими для нових демократій. Спадок комуністичних часів та рівень політичної культури знову примушують вертатися (як і в інших країнах східної моделі) до болючих тем – впливу держави і втручання політичних сил у відповідності до «politics-over-broadcasting». Політичні еліти Польщі іноді продовжують боротьбу за контроль над суспільним мовленням, що виражається у процесі політизації як організаційної сфери суспільного мовлення, так і його контенту[19, с.24].

128 — Зробимо декілька зауважень у цьому контексті формування нового комунікативного дискурсу у «нових» державах ЄС щодо іншої країни Східної Європи – Росії, яка також є посткомуністичною країною. Проте, і у російській тележурналістиці, і у громадській думці пішли іншим шляхом – створення образу ворога з багатьох сусідніх країн, особливо гостро це проявилось під час подій весни-осені цього року в Україні. Однак це тематика вже іншої статті. Тут варто підкреслити таке: в межах сучасної медіаполітики Росії стереотипне, досить часто спотворене сприйняття Іншого стало стабільною тенденцією з другої половини 90-х років – ще з часів війн у Чечні. А причина цього полягала у тому, що правлячий клас РФ усе більше був заангажований хворобливою імперською ідеєю. Саме тому інститути суспільства, зокрема потужний інститут ЗМК, підпорядкований Кремлю, конструювали і недавню, і давню історію, будучи «переважно ретрансляторами легітимного дискурсу, детермінованого панівною ідеологією» [ 20, с.5]. Усе це рельєфно відобразилося при формуванні образу ворога в лиці вихідців з Чечні у російських ЗМІ і відповідно у громадській думці. Ось що пише з цього приводу російська дослідниця В. Ахметєва, Образ чеченців за останні десять років піддався в російських ЗМІ такій демонізації, що практично будь-яка публікація, яка стосується чеченців – навіть якщо вона не має ніякого відношення до збройного конфлікту в Чечні, – виявляється пройнята мовою ворожнечі. Подібне соціальне замовлення та його виконання свідчить про се-



рйозну деградацію журналістських спільнот у Росії. Загальна картина виглядає приблизно так: всі чеченці (в цілому, як народ) – це терористи або бандити (або і те, і інше одночасно). Напряму так, зрозуміло, жоден автор не напише, оскільки це порушує правила гри, але подібна позиція легко виявляється при цитуванні та обмовках. Причому, як зазначає Ахметьєва, незважаючи на те, що «військова операція» в Чечні «давно закінчена» і триває «мирне будівництво» мова ворожнечі на телебаченні як і раніше процвітає (зокрема у пропагандистських телефільмах). Автором наведена як приклад стаття Михайла Трофименкова про фільм «Прорив», у якій сказано таке: «Вперше у вітчизняному кіно створений ... настільки вражаючий груповий портрет ворога, який сумує усі пропагандистські осяяння обох чеченських воєн» [21, с.203,205]. Заради об'єктивності зауважимо, що деякі альтернативні телеканали в Росії, зберігаючи професіоналізм, намагаються подати об'єктивну картину в самій країні і навколо неї. Ідеться зокрема про канал «Дождь». На його інтернет-порталі, до прикладу, сюжети про Україну висвітлювали більш нейтрально, ніж у новинах на центральних телеканалах. Загалом за період березня 2011 – лютого 2012 про Україну вийшло 86 сюжетів. Причому переважна більшість політичних матеріалів (73%) мала нейтральний характер, а отже глядач мав змогу самостійно скласти враження стосовно тієї чи іншої проблеми в нашій країні [22].

Однак вернемося до проблем суспільного мовлення в Європі. Останніми роками воно усе частіше піддається нищівній критиці. Європейська Комісія, до прикладу, зажадала більшої прозорості та підзвітності стосовно фінансування суспільних мовників. А Світова організація торгівлі (СОТ) гостро розкритикувала привілейоване становище суспільних мовників на європейському телевізійному ринку. Зокрема, останнім часом СОТ все частіше закликає до загальної лібералізації аудіовізуального ринку, що означатиме ліквідацію преференцій для суспільних мовників [23, с.291].

Європейські дослідники [24] встановили наступну хронологію розвитку суспільного мовлення в країнах ЄС:

1. Television within frontiers (дефіцит контенту);
2. Television without frontiers (вибір контенту);
3. Television beyond frontiers (надлишок контенту).

Наразі розвинені країни Європи вже перейшли до третьо-

го періоду розвитку, однак, як він відобразиться на суспільному мовленні, тай на телевізійній сфері загалом, поки що сказати важко. Сьогодні потенційною загрозою для суспільного мовлення є стрімка конвергенція телебачення. Занепокоєння у Європі стосовно суспільного телебачення у «конвергентному медіа-світі» пов'язані з тим, що з появою великої кількості контенту, суспільне мовлення почне концентруватись не на значимому громадському контенті, як це є зараз, а на такому, що більш притаманний комерційним мовникам з метою утримання відповідної частки аудиторії. Як подібні медійні тренди відобразяться на суспільному телебаченні – питання гострих дебатів у Європі [25, с.4].

130 — Висновки. Отже, як бачимо, суспільне мовлення є потужним політичним засобом, що сприяє розвитку демократичного поінформованого суспільства. У нинішніх соціально-політичних умовах і технологічних детермінантах суспільне мовлення як мовлення з вільним та незалежним контентом є моделлю, яка переконливо довела свою достатньо високу ефективність. Досвід Західної Європи свідчить, що розвинені структури суспільного мовлення є невід'ємним елементом сучасної консолідованої демократії. Проблеми розвитку та ефективного функціонування суспільного мовлення у Польщі, Румунії та Болгарії багато в чому подібні до проблематики і складних питань, з якими зіткнулася медіасфера України у поставторитарний період, особливо у тому що стосується високого рівня економічної та політичної залежності суспільних мовників.

Варто, на наш думку, також вказати на філософське підґрунтя плюралістичної моделі демократії у комунікативному дискурсі сучасної Європи, до спільноти котрої намагається сьогодні приєднатися Українське суспільство. Адже дискурс публічної сфери, особливо у межах політичних і громадських дискусій, насправді породжений протестантською меншістю, угруповання якої свого часу протистояли традиційному католицизму, формуючи «культуру розбіжностей» [26,с.240]. «Критика, незгода, автономність» не мають, зрозуміло, бути надмірно цінними у сучасному соціумі, проте закликані стимулювати публічні дискусії насамперед у контексті глобальної культури, невід'ємною часткою якої виступає уся медіасфера, і, зрозуміло, інтерактивне телебачення першої третини ХХІ ст. У цьому контексті нагальною потребою є досягнення, як зазначає Ю.Габермас, «суспільної інтеграції», що тісно пов'язана

з урбанізацією та економічною модернізацією, «з розширенням і прискоренням обігу товарів, осіб і новин» [27,с.164].

На нашу думку, подібний розвиток публічної сфери (і разом з нею усього комунікаційного середовища із телебаченням як його складовою) очікує у подальшому українське суспільство. І одне з нагальних завдань у цьому ракурсі – провести дієву, адекватну, підтриману громадською думкою реформу у царині медіа, пов'язану насамперед з впровадженням суспільного телебачення. Вона, зрозуміло, стане ефективною лише будучи частиною загальнодержавних реформ, пов'язаних з поступовим формуванням демократичного устрою в усіх сегментах сучасного Українського соціуму.

### **Джерела та література:**

1. Барендт Е. Три теорії свободи слова /Е. Барендт // Лібералізм: Антологія / Упоряд. О.Проценко, В.Лісовий. – К.: «Простір», 2009. – С.1024-1037.

2. Правове забезпечення створення суспільного та громадського телебачення в Україні / Режим доступу: <http://rogachik.just.ks.ua/yuridichna-rubrika/pravove-zabezpechennya-stvorennya-suspilnogo-ta-gromadskogo-telebachennya-v-ukrayini.html>.

3. Тиравський В. Громадське телебачення: європейський досвід для України / Володимир Тиравський // День. – липень, 2003. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/poshta-dnya/gromadske-telebachennya-ievropeyskiy-dosvid-dlya-ukrayini>.

4. Смолякова В.В. Коммуникационное пространство как объект политологического анализа // Вестник МГУ. – Сер. 12. Политические науки. – 2010. – №1. – С. 19-29.

5. Блумер Г. Общественное мнение и опросы общественного мнения // Социальные и гуманитарные науки. Сер 11. Социология. – М., 2008. – № 3. – С. 152.

6. Резолюція №1 «Будущее общественного телерадиовещания» / Прага: 4-я европейская конференция министров по политике в области средств массовой информации. – 1994. – 8 декабря / Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994\\_121](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_121).

7. Рекомендация № R (99) 1 по стимулированию плюрализма в средствах массовой информации / Совет Европы. Комитет министров. – 1996. – 11 сентября. – Режим доступу: <http://www.osce.org/ru/hcnm/32311?download=true>.

---

8. Гелд Д. Демократія і глобальний порядок // Демократія: Антологія / Упоряд. О.Проценко. – К.: Смолоскип, 2005. – С.985-1024.

9. Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts, signed on 2 October, C 340, 10 November 1997, Protocol No. 9 on the system of public broadcasting in the member States, C340/109 // <http://europa.eu.int/eur-lex/en/treaties/selected/livre545.html>

10. Council of Europe «Integration and diversity: the new frontiers of European media and communications policy. Adopted texts», Seventh European Ministerial Conference on Mass Media Policy, Kiev (Ukraine), 10-11 March 2005, Resolution No. 2, Cultural diversity and media pluralism in times of globalisation, p. 7. // [http://www.coe.int/T/E/Human\\_Rights/media/29005\\_en.pdf](http://www.coe.int/T/E/Human_Rights/media/29005_en.pdf)

11. Protocol on the System of Public Broadcasting in the Member States. Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and related acts. Official Journal C 340, 10 November 1997.

12. McQuail D. Public Service Broadcasting: Both Free and Accountable / McQuail, D. // *The Public/Javnost*. – 2003. – № 3 – P. 15.

13. TV in Europe: more channels, less independence / Open Society. – Режим доступу: <http://www.opensocietyfoundations.org/voices/public-media-europe-fair-and-balanced/>

14. Brants K., Siune K. Public broadcasting in a state of flux / Brants K., Siune K. // *Dynamics of Media Politics/ Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. – London: SAGE. – 1992. – P. 102.

15. Осадца І. Еволюція законодавчої бази у сфері ЗМІ у Республіці Болгарія / Іван Осадца // *Аналітика. Прогнози. Інформаційний менеджмент*. – 36. наук. Праць. – Вип.1. – Чернівці: ЧНУ, 2011. – С.153-174.

16. Bulgaria. Media sustainability Index 2012. – 53 p. // Режим доступу: [http://www.irex.org/system/files/u105/EE\\_MSI\\_2012\\_Bulgaria.pdf](http://www.irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Bulgaria.pdf)

17. Preoteasa M. Romania in TV prime time domestic news – monitoring and analysis of TV news programs in 10 SEENPM countries – Indicator of public interest / Manuela Preoteasa. – Sarajevo: Media Plan Institute. – 2007. – P. 183.

18. Ratkovic N. B. Medijiauditorijum / Ratkovic Njegovan // Link. – 2007. – № 6. – P. 24.

19. Dobek-Ostrowska B., Głowacki M. Central European Media between Politization and Commercialization / Dobek-Ostrowska B., Głowacki M. – Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2008. – P. 24.

20. Даниленко О.А. Язык конфликта в трансформирующемся обществе: от конструирования истории – к формированию социокультурных идентичностей / О.А. Даниленко. – Вильнюс: ЕГУ, 2007. – 404 с.

21. Ахметьева В. Люди с песьими головами: образ чеченцев в российских СМИ / В. Ахметьева // Язык вражды против общества. – Сб. статей / сост. А. Верховский. – М.: Центр «Сова», 2007. – С. 203-211.

22. Коталейчук А. Образ України в новинах російських телеканалів: негатив та пропаганда, 22 червня 2012 // <http://ua.ejo-online.eu/5235#more-523>

133

23. Pawels H. Rethinking European media and communication policy / Pawels H., Kalimo, K. Donders, B. Van Rompuy (eds). – Brussels: VUB Press, 2009. – P. 291.

24. Бецко Г. Роль громадського мовлення у демократичних суспільствах / Г. Бецко. – Режим доступу // <http://mediareform.com.ua/>

25. Keen A. New media is killing journalism / Andrew Keen // Debate at the Frontline Club. – London, 2008. – P. 4.

26. Московичи С. Машина, творящая богов / Серж Московичи. – М.: «Центр психологии и психотерапии», 1998. – 560 с.

27. Габермас Ю. Залучення іншого: Студії з політичної теорії / Ю. Габермас. – Львів: Астролябія, 2006. – 416 с.

---

---

ПОЛТИЧНА АНАЛІТИКА

УДК:351,751(477)

© Василь Карпо, Іван Осадця

**ОСОБЛИВОСТІ ДОСТУПУ ДО ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ  
В КОНТЕКСТІ ПРИЙНЯТТЯ НОВОГО ЗАКОНУ УКРАЇНИ  
«ПРО ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ»**

134

Стаття присвячена питання змін доступу до інформації в Україні після прийняття у 2011 р. Закону України «Про доступ до публічної інформації». Автори вказують на недосконалість українського законодавства в інформаційній сфері у питання забезпечення доступу до інформації. Не став рятівним у даному питанні і закон України «Про доступ до публічної інформації», про що свідчить статистика моніторингу судових рішень у питання виконання органами влади положень даного закону. Ще одним приводом для оптимізму в Україні щодо вирішення питання доступу до інформації став нещодавно прийнятий Закон № 0947, який покликаний привести українське законодавство до європейських стандартів та дозволить громадянам України реалізувати право на доступ до публічної інформації.

**Ключові слова:** доступ до інформації, закон, інформаційні відносини, прозорість державної влади.

Стаття посвящена вопросу изменений доступа к информации в Украине после принятия в 2011 г. Закона Украины «О доступе к публичной информации». Авторы указывают на несовершенство украинского законодательства в информационной сфере в вопросах обеспечения доступа к информации. Не стал спасительным в данном вопросе и закон Украины «О доступе к публичной информации», о чем свидетельствует статистика мониторинга судебных решений в вопросе выполнения органами власти положений данного закона. Еще одним поводом для оптимизма в Украине по решению вопроса доступа к информации стал недавно принятый Закон № 0947, который призван привести украинское законодательство к европейским стандартам и позволит гражданам Украины реализовать право на доступ к публичной информации.

**Ключевые слова:** доступ к информации, закон, информационные отношения, прозрачность государственной власти.

*The article deals with changes in access to information in Ukraine since the adoption in 2011 of the Law of Ukraine «On access to public information». The authors point to the imperfection of Ukrainian media legislation in issue of access to information. Is no salvation in this matter and the Law of Ukraine «On Access to Public Information», as evidenced by statistics monitoring judgments in question compliance with the authorities of the provisions of this law. Another cause for optimism in Ukraine to address the issue of access to information was recently passed law number 0947, which aims to bring Ukrainian legislation to EU standards and allow citizens Ukraine to implement the right of access to public information.*

**Keywords:** *Access to Information, law, information relations, transparency of government.*

Отримання документованих або публічно оголошених відомостей про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі, є засобом участі фізичних та юридичних осіб у суспільних і державних справах. Саме тому суспільні відносини, що виникають з приводу одержання інформації, потребують правового регулювання. Особливо важливою є правова регламентація об'єктно-суб'єктного складу відносин з приводу доступу до інформації в умовах формування демократичної, правової держави в Україні, найвищою соціальною цінністю якої визнається людина. Підвищують актуальність питання правового регулювання доступу до інформації процеси розвитку інформаційних технологій, формування інформаційного суспільства.

Сьогодні стало досить розповсюдженим явище визнання того, що культура секретності, яка використовується багатьма урядами країн світу, як певний запобіжний засіб власного існування, втрачає свої позиції. В глобальний період комп'ютеризації та інформатизації стало набагато важче приховувати будь-яку інформацію. Уряди країн світу змушені забезпечувати умови надання доступу до інформації [1, с. 23].

У науці інформаційного права провідні дослідники аналізують питання змісту та ознак поняття «право на інформацію», практичної реалізації суб'єктивних інформаційних прав різними категоріями суб'єктів тощо. У своїх наукових працях зазначені і суміжні питання розкривають такі науковці як: В.М. Брижко,

М.С. Демкова, Р.А. Калюжний, Д.В. Колобанов, Л.В. Кузенко, Є.В. Петров, В.С. Цимбалюк, М.Я. Швець та інші [3, 5, 12]. Питання доступу до різних видів інформації описані в аналітичних роботах певних громадсько-політичних об'єднань. У них здійснено аналіз матеріалів, які стосуються проблем правового регулювання доступу до публічної інформації, результати моніторингів за дотриманням центральними органами державної влади права громадян на одержання інформації на основі процедури інформаційного запиту та за функціонуванням веб-сторінок центральних органів державної влади, а також запровадження в Україні електронного урядування.

136 — Закони, які регулюють відкритість інформації і процесів пов'язаних з нею на початку ХХІ ст., стали звичним явищем серед демократичних країн. Більш ніж 50 країн світу прийняли вичерпні закони, які забезпечують доступ до інформації, і більш ніж у 30 країнах планується прийняття такого роду законів у найближчий час. Закони по доступ до інформації багато в чому однотипні і дозволяють громадянам та резидентам реалізувати своє право на доступ до інформації, а також кожному, кому це необхідно, вимагати отримання інформації від органів державної влади [1, с. 84].

Першими країнами, у яких нормативно закріплено право на інформацію, були скандинавські країни: Швеція (конституційний Закон про свободу преси прийнято в 1766 р.), а потім через два століття Фінляндія (Закон 1951 р.). У 1966 р. був прийнятий Закон США про свободу інформації, у якому представлено нові інтерпретації і нові легітимні форми захисту свободи інформації. У 1970 р. аналогічні закони прийняті в Данії і Норвегії, у 1973 р. – в Австрії, у 1978 р. – у Франції і Нідерландах, у 1982 р. – в Австралії, Новій Зеландії і Канаді, у 1990 р. – в Італії, у 1992 р. – в Угорщині, у 1993 р. – у Португалії, у 1994 р. – у Бельгії, у 1997 р. – в Ірландії і Таїланді, у 1998 р. – в Кореї й Ізраїлі, а 1999 р. – у Чеській Республіці і Японії, у 2000 р. – у Республіці Болгарія, у 2001 р. – у Польщі [4, с. 68].

Багато з існуючих законів по доступу до інформації на сьогодні вже застарілі, оскільки вони не враховують тих змін у суспільстві, які відбулися з моменту їх прийняття, тобто існує досить багато законів, що неадекватно відповідають сучасним реаліям. В деяких країнах закони до цього часу знаходяться в «замороженому» стані



через їх недостатню реалізацію. Старі закони сьогодні потребують змін, які б відображали ті сучасні явища та процеси у суспільстві, спричинені технологічним прогресом.

Реалізація доступу до інформації в будь-якій країні все ж таки повільними кроками відбувається, і неможливо сьогодні сказати громадянину певної країни, що в нього немає права на отримання інформації.

У нашій державі загальні засади реалізації права особи на доступ до інформації в усіх сферах суспільного і державного життя України донедавна закріплював Закон України «Про інформацію» [11]. Основним засобом доступу до інформації Закон України «Про інформацію» визначає інформаційний запит [11, с. 32]. Предметом інформаційного запиту Закон встановлює офіційні документи, письмову або усну інформацію про діяльність органів законодавчої, виконавчої та судової влади України, їх посадових осіб з певних питань. Тобто відомості про діяльність недержавних установ та організацій прямо не визнаються предметом інформаційного за-  
137

Де кілька слів про погляди науковців на природу доступу до інформації. Є.В. Петров у межах вузького підходу до тлумачення права на інформацію ототожнює останнє з правом на одержання (доступ) до інформації і визначає як відносне право. Варто погодитись з позицією, що суб'єктивне право на доступ до інформації є відносним правом, оскільки такому праву одного суб'єкта інформаційних відносин відповідає юридичний обов'язок іншого суб'єкта в межах і порядку, визначених законодавством України, задовольнити потребу запитувача (користувача; особи, яка потребує інформації тощо) [14].

Деякі дослідники розрізняють активне і пасивне право на доступ до інформації [2, с. 51-56]. Активне право на доступ до інформації відкриває можливість безпосереднього ознайомлення з інформацією органів виконавчої влади.

За способом забезпечення громадян інформацією дослідники виділяють такі форми пасивного доступу: поширення інформації в засобах масової інформації, випуск спеціалізованих брошур і збірників, розміщення інформації в Інтернеті, розміщення інформації на стендах офіційної інформації в приміщеннях, де розташовані органи виконавчої влади [2, с. 56].

Необхідність прийняття Закону України «Про доступ до публічної інформації» зумовлена відсутністю ефективних правових механізмів реалізації закріпленого у статті 34 Конституції України права кожного на доступ до інформації, зокрема, публічної інформації – тієї, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень та інформації, що становить суспільний інтерес. Законопроект розроблено на реалізацію статей 18, 19 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права, Рекомендацій Ради Європи: № R (81) 19 про доступ до інформації, що перебуває в розпорядженні органів влади та № R (2008) про доступ до офіційних документів, виконання вимог Резолюції Парламентської Асамблеї Ради Європи від 5 жовтня 2005 р. № 1466 «Про виконання обов'язків та зобов'язань Україною», Плану заходів з виконання обов'язків та зобов'язань України, що випливають з її членства в Раді Європи, затвердженим Указом Президента України від 20 січня 2006 р. № 39, Концепції подолання корупції в Україні «На шляху до доброчесності», затвердженою Указом Президента України від 11 вересня 2006 року № 742 [13].

На етапі становлення української держави проблема забезпечення прозорості в діяльності органів влади є однією з перешкод, які стоять на шляху демократичного розвитку нашої держави. Прикладів порушення або перешкоджання реалізації права на доступ до інформації сьогодні можна навести безліч: неправомірна відмова органів влади у наданні інформації через її віднесення до інформації з обмеженим доступом; незаконне застосування грифів обмеження доступу до інформації «опублікуванню не підлягає», «не для друку», «для службового користування»; ігнорування інформаційних запитів; перешкоди в отриманні громадянами локальних нормативно-правових актів місцевих органів влади, не говорячи вже про проекти таких актів; неналежне виконання органами влади вимоги оприлюднювати інформацію про свою діяльність (в тому числі через мережу Інтернет) тощо.

Отже, можна констатувати, що існуюча державно-правова практика з питань надання інформації не відповідає стандартам демократичної держави. Однією з основних причин існування такої ситуації є відсутність закону, який би чітко визначив види інформації з обмеженим доступом та критерії віднесення її до такої. Закон України «Про інформацію» не вирішує цю проблему, а навпа-

ки – фактично не розмежує публічну інформацію від приватної, визначаючи конфіденційну інформацію як таку, що може належати органам влади і може поширюватися за їх бажанням і до передбачених ними умов. Окрім того, норми Закону «Про інформацію» є декларативними і створюють широке поле для зловживання службовцями обмежувати доступ до інформації на власний розсуд. Удосконалення законодавства про доступ до публічної інформації повинно відбуватися шляхом прийняття окремого процедурного Закону про доступ до публічної інформації, який повинен вирішити проблеми, окреслені вище. Вирішення цих проблем шляхом внесення змін до чинного Закону «Про інформацію» на сьогодні є безперспективним, оскільки вимагатиме змін і доповнень до великої кількості нормативно-правових актів в інформаційній сфері, і може гальмувати вирішення проблем, пов'язаних саме з доступом до публічної інформації. Тому, ефективнішим є прийняття Закону «Про доступ до публічної інформації», змінивши відповідні норми у чинному Законі «Про інформацію» [14].

139

Метою законопроекту є забезпечення прозорості і відкритості суб'єктів владних повноважень та створення механізмів реалізації права кожного на доступ до публічної інформації шляхом: визначення режиму доступу до неї, а саме – виключних підстав обмеження доступу до інформації, встановленням відповідальності за відмову чи відстрочку у наданні інформації, встановленням для Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини додаткових гарантій в межах повноважень, визначених Законом України «Про Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини», для забезпечення реалізації права на доступ до інформації, встановленням максимально коротких строків для розгляду запитів на інформацію тощо.

Прийняття Верховною Радою України Закону України «Про доступ до публічної інформації», безумовно, будучи значним кроком на шляху до побудови відкритого суспільства в Україні, сприятиме громадянам у реалізації їх конституційного права на доступ до інформації (ст.40, 50 Конституції України), стимулюватиме підвищенню якості прийнятих рішень органами виконавчої влади та органів місцевого самоврядування тощо.

Закон України «Про доступ до публічної інформації» навряд чи одразу вирішить всі проблеми пов'язані із здійсненням та забезпе-

ченням права на доступ до інформації, що знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень. Прийнятий Закон хоча і дає чітке визначення поняття «публічна інформація» та визначає перелік інформації з обмеженим доступом, однак механізм отримання інформації за запитом від розпорядників інформації залишається подібним тому, який визначений Законом України «Про інформацію», та залишає розпорядникам інформації можливості для відмови у задоволенні запитів, ненадання відповіді на запити тощо. Передбачене Законом право суб'єктів інформаційних відносин на оскарження рішень, дій чи бездіяльності розпорядників інформації в порядку адміністративного судочинства не можна охарактеризувати як ефективний спосіб захисту порушеного права, оскільки за час вирішення спору судом, потреба особи в отриманні інформації може втратити свою актуальність [13].

140 — Варто наголосити на тому, що законодавець скористався екстенсивним способом вдосконалення нормативного регулювання відносин пов'язаних із доступом до публічної інформації і замість того, щоб вдосконалити механізм одержання такої інформації, визначений Законом України «Про інформацію», було прийнято новий закон, який також не можна назвати досконалим. Звичайно, прийняття Закону спрямоване на вдосконалення правових механізмів реалізації закріпленого у статті 34 Конституції України права кожного на доступ до інформації, однак реальну соціальну цінність Закону України «Про доступ до публічної інформації» зможе показати лише практика його застосування. Для того, щоб закон працював у повному обсязі, необхідно також було внести зміни до 51 закону і чотирьох кодексів.

Нажаль, на думку більшості як експертів так і громадськості, Закон України «Про доступ до публічної інформації» не став таким революційним, як про нього всі думали. Можна констатувати, що діяльність органів влади не стала прозорою та зрозумілою для пересічних громадян. Відомості про державні закупівлі, генплани міст, проекти рішень сесій міських рад та багато іншої суспільно важливої інформації, згідно закону «Про доступ до публічної інформації», громадяни повинні отримувати від чиновників протягом п'яти робочих днів. Та у реальному житті отримати цю та іншу, не менш важливу інформацію може не кожен і не завжди. Як показує практика, органи влади або не надають відповіді на

інформаційні запити, або ж надають не у повному обсязі. Каме-нем спотикання є напівсильна дія згаданого документу через його неузгодженість з іншими законодавчими актами. Деякі експерти з питань доступу до інформації почали називати даний процес «недоступним доступом» [6]. Це також підтверджується звітами по моніторингу ситуації різними аналітичними установами, зокрема щодо відкритості влади у контексті дії закону «Про доступ до публічної інформації».

Забезпечення вирішення цієї проблеми було покладено на Закон України № 0947. Закон покликаний привести українське законодавство до європейських стандартів та дозволить громадянам України реалізувати право на доступ до публічної інформації. Документ відкриє для громадськості інформацію про доходи та витрати державних службовців, заборонить засекречення інформації про діяльність держави, і зніме гриф секретності з документів минулих років [7].

За ухвалення проекту № 0947 неодноразово висловлювалися українські громадські організації, журналісти та провідні міжнародні організації у сфері протидії корупції та свободи слова (Access Info Europe, ARTICLE 19, Transparency International та Centre for Law and Democracy). Прийняття законопроекту штучно затягувалося вже протягом двох років. Закон передбачає зміни до 4 кодексів та 53 законів України і узгоджує їх положення з нормами Закону України «Про доступ до публічної інформації» та нової редакції Закону України «Про інформацію», зокрема, врегульовує ряд важливих питань, пов'язаних з прозорістю інформації про бюджетні витрати, розпорядженням державним чи комунальним майном, правом громадськості на доступ до засідань Верховної Ради України і місцевих рад та багато іншого [8]. Також у законопроекті пропонується запровадити штрафи за «необґрунтоване віднесення інформації до інформації з обмеженим доступом, ненадання відповіді на запит на інформацію, ненадання інформації, неправомірну відмову в наданні інформації, несвоєчасне або неповне надання інформації, надання недостовірної інформації» [9].

Закон № 0947 містить ще ряд нововведень, які потребують детальнішого аналізу. Саме ці нововведення вказують на значимість прийнятого Закону України у порівнянні з уже існуючим законодавством в інформаційній сфері. Одним із дуже важливих, хоча

і не пов'язаних безпосередньо із доступом до інформації, положень нового закону є скасування норми Цивільного кодексу, яка встановлює презумпцію недостовірності негативної інформації про особу і покладає на відповідача в справах про дифамацію обов'язок довести її правдивість. Таке положення явно суперечить визаним міжнародним стандартам свободи слова і не узгоджується з новою редакцією закону «Про інформацію». Інше положення стосується вдосконалення підстав для звільнення друкованих ЗМІ та інформаційних агентств від відповідальності за поширення недостовірної інформації. Зокрема, крім суто технічної зміни щодо звільнення від відповідальності за інформацію, що міститься у відповіді на запит, поданий відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації», або у відповіді на звернення (раніше – у відповідях на запити за законом «Про інформацію»), розширюється можливість звільнення від відповідальності за цитування публічних виступів або повідомлень суб'єктів владних повноважень, фізичних та юридичних осіб (раніше це стосувалось лише офіційних виступів посадових осіб державних органів, організацій і об'єднань громадян) [10].

Попередня редакція статті 5 Закону України «Про захист персональних даних» автоматично відносить всі персональні дані (крім знеособлених) до інформації з обмеженим доступом. Винятком є лише персональні дані фізичної особи, яка претендує зайняти чи займає виборну посаду або посаду державного службовця першої категорії (крім окремих даних прямо передбачених законом), а також у випадках, коли існує пряма заборона закону відносити персональні дані до закритої інформації. Таке положення суттєво суперечило принципу максимальної відкритості публічної інформації і часто використовувалось розпорядниками та судами для відмови в наданні інформації.

Зміни до Закону «Про захист персональних даних» перш за все скасовують презумпцію конфіденційності персональних даних і передбачають, що персональні дані лише можуть бути віднесені до конфіденційної інформації про особу законом або відповідною особою. При цьому закон прямо передбачає, що не є обмеженою в доступі інформацією:

– персональні дані, що стосуються здійснення особою, яка займає посаду, пов'язану з виконанням функцій держави або

органів місцевого самоврядування, посадових або службових повноважень;

– персональні дані, зазначені у декларації про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру, оформленій за формою і в порядку, встановленими Законом України «Про засади запобігання і протидії корупції» (крім встановленого переліку);

– інформація про отримання у будь-якій формі фізичною особою бюджетних коштів, державного чи комунального майна.

Оновлена норма передбачатиме можливість встановлення і інших законних заборон на віднесення персональних даних до інформації з обмеженим доступом. Таким чином, закріплена в Законі «Про доступ до публічної інформації» вимога за якою не запитувач інформації має доводити, що інформація є відкритою, а розпорядник цієї інформації може відмовити лише у випадку, коли для цього існують обґрунтовані підстави, нарешті знайшла своє відображення і в Законі «Про захист персональних даних» [9].

Закон України «Про доступ до публічної інформації» в статті 143 15 встановлює загальний перелік інформації, що має обов'язково оприлюднюватись розпорядниками на їх офіційних веб-сайтах чи в ЗМІ. Однак без прямого включення аналогічних положень до законів, що регулюють статус і повноваження органів влади, на практиці зазначені вимоги практично не виконувались, особливо на місцевому рівні.

Саме тому новий закон вносить зміни до Закону «Про місцеве самоврядування в Україні» і встановлює обов'язок для органів місцевого самоврядування оприлюднювати:

- протоколи засідань рад;
- акти органів місцевого самоврядування;
- проекти актів органів місцевого самоврядування (у разі виникнення надзвичайних ситуацій та інших невідкладних випадках – оприлюднюються негайно після їх підготовки)
- висновки, пропозиції, протоколи засідань постійних комісій, що діють при радах.

Аналогічні вимоги стосуються і оприлюднення інформації про діяльність місцевими державними адміністраціями, зокрема, щодо оприлюднення регуляторних актів та актів індивідуальної дії, а також проектів нормативно-правових актів для громадського обговорення [10].

Отже, питання вдосконалення правового регулювання суспільних відносин, що виникають з приводу доступу до інформації, є актуальними. Це пов'язане не лише з розвитком демократичних перетворень у державі та активністю вітчизняних і зарубіжних громадсько-політичних інституцій у дослідженні зазначеної проблематики, а й з конкретними недоліками чинних норм вітчизняного права.

Безумовно, законодавство України з регламентації доступу до інформації потребує змін. Однак такі зміни мають ґрунтуватися на результатах фундаментальних наукових досліджень відповідних суспільних відносин, що складаються в Україні. Слід зрозуміти зміст поняття «доступ до інформації», правильно визначити суб'єкти доступу, а також види, категорії інформації, до яких можливий доступ, та процедуру одержання інформації.

#### Джерела та література:

- 144 — 1. Бенисар Д. Свобода информации и доступ к правительственным документам. Обзор законодательства по доступу к информации в мире. – М: Де Ново, 2004. – 160 с.
2. Брижко В. М. До питання застосування у правотворчості понять “інформація” та “дані” // Правова інформатика. – К., 2005. – № 4 (8)/2005. – С. 31-37.
3. Вступ до інформаційної культури та інформаційного права / За ред. М. Я. Швеця та Р. А. Калюжного. – Ужгород: ІВА, 2003. – 240 с.
4. Гонцяж Я., Гнидюк Н. Свобода інформації та виконавча гілка влади: Правові норми. Інституції. Процедури: Порівняльний аналіз. – К.: Міленіум, 2002. – 240 с.
5. Доступ до інформації та електронне урядування / Авторіупорядники М. С. Демкова, М. В. Фігель. – К.: Факт, 2004. – 336 с.
6. Таран В., Слизьконіс Д. Недоступний доступ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2013/05/15/6989817/>
7. Закон 0947 виведе українських чиновників з тіні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrainian.voanews.com/content/ukraine-corruption-nesterenko/1882589.html>
8. Розширений доступ до публічної інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://platforma-reform.org/?attachment\\_id=99#main](http://platforma-reform.org/?attachment_id=99#main)



9. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про інформацію» та Закону України «Про доступ до публічної інформації» // Відомості Верховної Ради, 2014, № 22, ст. 816

10. «Повний доступ»: що змінює Законопроект №0947? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medialaw.kiev.ua/Analytics/371/>

11. Закон України “Про інформацію” від 2 жовтня 1992 року // Відомості Верховної Ради України, 1992. – № 48 від 01.12.92.

12. Марущак А. Правове регулювання доступу до інформації в Україні // <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=579> (Дата перегляду 12 вересня 2008 р.).

13. Доступ до публічної інформації: посібник із застосування «трискладового тесту» / Роман Головенко, Дмитро Котляр, Дар'я Слизьконіс; за заг. ред. Д.М. Котляра. – К.: ЦПСА, 2014. – 152 с.

14. Абетка з доступу до публічної інформації: навчально-методичний посібник / За ред. Д.М. Слизьконіс, В.В. Тарана. 145  
Автори-укладачі: Р.В. Балабан та ін. – К.: Центр Політичних Студій та Аналітики, 2012. – 88 с. —

**ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА:  
ОТНОШЕНИЯ БЕЗ ВЗАИМНОСТИ**

*У статті використані матеріали соціологічних досліджень, які були проведені в Республіці Молдова, щодо проблем у відносинах у соціальній сфері політичної еліти та інтелігенції в процесі соціальних, політичних та економічних реформ в країні.*

**Ключові слова:** політична еліта, інтелігенція, духовні цінності, мораль, влада.

*В статье использованы материалы социологических исследований, проведенных в Республике Молдова о проблемах отношений в социальной сфере политической элиты и интеллигенции в процессе социальных, политических и экономических реформ в стране.*

**Ключевые слова:** политическая элита, интеллигенция, духовные ценности, мораль, власть.

*The article using materials of social research, which were carry out in the Republic of Moldova are considered the problems of social section relationship-political elite and intelligentsia in the process of social, political and economic reforms of the country.*

**Key words:** political elite, intelligentsia, spiritual values, ethics, authority.

Сложный процесс обеспечения устойчивого развития общества, его основных подсистем – экономической, социальной, политической, социокультурной – нуждается во всестороннем изучении социальных практик, выделении в их сложной структуре основных политических акторов, определении параметров и выборе критериев для решения возникающих задач. В периоды социальных потрясений, по мнению классика социологии Э. Дюркгейма, возникают новые идеалы, которые люди стремятся воплотить в реальность. Совокупность этих коллективных идеалов составляет духовные основы общества и становится движущей силой его изменения, т.к. за ними стоят движущие силы социальных групп.

Интеллигенция как мыслящий, разумный слой общества всегда выступала своеобразным локомотивом в политических процессах

стран, поскольку в силу своей функциональной миссии часто представляла и интеллектуальную элиту. Определяя интеллигенцию как социальную группу, многие исследователи отмечают ее самые разнообразные основополагающие признаки. Это или «способность иметь знания посредством разума» (Г.В.Ф.Гегель), или «общность, социальный массив людей, профессионально занимающихся творческим умственным трудом и обладающие необходимым для такого труда специальным образованием» (Г.В. Звездунова.), или люди «которые внутри социальных групп специально заняты разработкой идеологических связей» (М.К.Мамардашвили), или «представители духа, творцы духовной культуры» (Н.А.Бердяев) и др.

В Энциклопедическом социологическом словаре под редакцией академика Г.В.Осипова интеллигенция определяется как «совокупность людей, занятых умственным трудом», или как «социальный слой людей, профессионально занятых квалифицированным умственным трудом и обладающих необходимым социальным образованием» [7, с.51]. В зависимости от выполняемых социальных функций и типа образования различают интеллигенцию научно-техническую, инженерно-техническую, гуманитарную, педагогическую.

Интеллигенция определяется также как «совокупность людей с высшим образованием» или то же, что интеллектуалы. В статье «Интеллектуал», этого же словаря, отмечается, что это «человек с высокоразвитым интеллектом», «представитель социального слоя интеллигенции», «представитель умственной элиты общества» [7, с. 51]. Как видим, существенного различия в терминах не прослеживается, а оно, на наш взгляд, присутствует. Если рассматривать интеллигенцию как социальную группу, объединяющуюся по значительному числу признаков, присущих ее участникам, то ее нельзя определять только уровнем образования, типом и сферой умственного труда. В современных условиях трансформирующегося общества нельзя упускать присущее этой группе свойство «интеллигентность», т.е. набор духовно-нравственных, социально значимых качеств человека, которые определяют высокий уровень умственной, эстетической, нравственной культуры личности. Интеллигентность не определяется только эрудицией, образованием или сферой трудовой занятости. В русской философской традиции это понятие связано в большей степени с морально-эстетическими,

---

---

духовно-нравственными представлениями и политическим поведением в целом, образом жизни определенного социального слоя общества.

Поскольку в политологической научной литературе отсутствует единый терминологический подход в определении понятий «политическая элита», «интеллигенция», мы в своей статье будем использовать социологические определения, т.е. рассматривать политическую элиту и интеллигенцию как социальные слои со специфическим набором социальных и морально-психологических качеств, с определенным духовно-нравственным социальным капиталом.

148 — Французский социолог П. Бурдьё определял стратификацию через «набор капиталов», составляющих социальное положение людей (в экономическом, политическом, социальном, культурном) пространстве социума. Каждой социальной группе (классу) присуща своя структура поля и принципы его конструирования, которые П. Бурдьё называл «габитусами». Именно габитус каждой социальной группы отличает ее от других, включает все ранее названные нами критерии определения социальных групп плюс образ жизни со своими особыми характеристиками поведения и отношений.

Само социальное пространство создается, формируется и развивается в политическом процессе, который с точки зрения концепции социальной политики может рассматриваться как взаимодействие интересов и форм социальной деятельности различных структурных групп и объединений во власти, развитием и сменой типов политических систем, обусловленными прогрессом социума и его политической культурой в целом.

Исходя из данной концепции, мы можем отметить общее в социальных группах «элита» и «интеллигенция», а именно наличие социального и духовно-нравственного капитала. Интеллигенция, как и элита, может условно быть разделена на субгруппы. Польский политолог Ян Щепанский включает в интеллигенцию различные группы людей. Он пишет: «Мы выделяем в интеллигенции категории интеллектуалов, создающих эстетические ценности; ученых, создающих интеллектуальные системы; специалистов различных типов, использующих теоретические знания для решения конкретных проблем; идеологов, которые создают и распространяют жизненную философию и политическую идеологию; вербальных

техников, которые распространяют зарубежные идеи, комментируют и критикуют работу других людей и общественные институты других обществ» [10, с. 236].

Обратим внимание на последнюю фразу этого определения, в которой автор подчеркивает протестный, критический характер поведения интеллигенции. Опираясь на субъективное определение внутренней свободы, представление о нравственном авторитете в обществе, интеллигенция чаще дистанцировалась от властных структур, чем прислуживала им.

В определении элиты как социальной группы также не существует четкого научного категориального подхода. Элиту (elite – фр. – лучший, отборный, избранный) классики политологии (В. Парето, Г. Моска, Х. Ортега-и-Гассет, Д. Рисмен) определяли с позиций эгалитаризма, т.е. как слой людей, добившихся наивысших достижений в своей области деятельности, обладающих наивысшими индексами в профессиональной и других сферах занятости. Элиту также определяют как «социальную группу, монополизирующую власть в политической системе страны», или как «высшую часть социальной группы, класса, политической общественной организации», или как социальную общность, представленную людьми, имеющими высокое положение в обществе, владеющими престижем, властью, богатством, активными в политической и иных сферах общественной деятельности, или как. высший, относительно замкнутый слой общества, контролирующий его основные экономические положения и культурные ресурсы.

Профессор Г. К. Ашин отмечает, что существующие в политологии дефиниции различаются между собой и с точки зрения широты понятий. В узком смысле этот термин обозначает высший эшелон государственной власти, в широком – всю иерархию управленцев, т.е. «высшее звено власти, принимающее решения, жизненно важные для всей страны, среднее звено власти, принимающее решения значимые для отдельных регионов, отдельных сфер социальной деятельности, наконец, разветвленный бюрократический аппарат» [1, с. 165]. Одно из наиболее обобщенных, на наш взгляд, определений правящей политической элиты дают социологи А. Свани, Дж. Мэнон, Э. Куини, Э. Райс: «Элиты – по определению – люди, которые контролируют большую долю материальных, символических и политических ресурсов общества, чем любая другая группа общества.

---

---

Они занимают высшие посты в иерархии статуса и власти, полученные ими аскриптивно, (по предписанному статусу) или ресептивно (благодаря собственным заслугам). В некоторых обществах элиты резко отделены от граждан. Элита – те люди, которые занимают высшие властные позиции, контролируют большую часть собственности и имеют наивысший престиж». [5, с. 7]

В социологии элита, как социальная группа, определяется несколькими характеристиками респондентов (половозрастными, образовательными, уровнем доходов, престижем профессии, политической или религиозной принадлежностью, и. т. д.). При таком подходе, к сожалению, не учитываются особенности современного постиндустриального общества, в котором элита не представляет собой гомогенной группы, а власть как бы распылена между различными социальными институтами. Отсюда следует, что элита может представлять собой социальную группу со сложной структурой. Сегодня мы можем выделить политическую, экономическую, военную, религиозную и другие субгруппы элиты. Здесь могут использоваться различные подходы и критерии выделения, например, по положению во властных структурах (законодательная, судебная исполнительная), или по географическому местоположению (центральная, региональная, местная), или по функциональным обязанностям в политическом процессе (административно-властная, политическая, социально-культурная), или по престижу в обществе - «топ-элиты» ( О. Крыштановская.), «суперэлитный слой» ( Т. Заславская).

150

—

Обратимся к особенностям формирования политической элиты в Республике Молдова. Феноменом этого процесса в молдавском обществе можно назвать стремление интеллигенции попасть во властные структуры. Разгадку этого явления, на наш взгляд, надо искать в исторических, культурных, социально-экономических условиях развития социума.

С исторической точки зрения сегодня во власть пришло лишь третье поколение национальной элиты. Причин несколько. Во-первых, военное лихолетье и сталинские ссылки практически лишили страну национальной интеллигенции. В пятидесятых годах прошлого столетия большинство вузов, культпросветучреждений и предприятий открывали специалисты, приехавшие из России, Украины, Белоруссии и других республик Союза.

Во-вторых, Молдова – страна аграрно-промышленная, более половины населения проживает в сельской местности, в условиях которой и формируется первая волна интеллигенции.

В-третьих, в стране очень сильны традиционные устои жизни, кровнородственные связи и отношения, которые и формируют социальные ценностные ориентации людей. Обратимся к примерам.

В условиях современной Молдовы, как свидетельствуют социологические исследования, классические способы рекрутизации элиты в «чистом виде» т. е. антрепренерская или предпринимательская система элитотбора, ориентированная на личные качества конкурентов, и «система гильдий» отбор кандидатов из определенных закрытых социальных групп без конкуренции, часто смешиваются, что снижает профессионализм в управлении, порождает конфликтность в принятии решений. В результате такой рекрутизации властные структуры страны представляют пирамидальную матрешку. В ней лицевая сторона отражает демократические достижения реформ в формировании правящей элиты: харизматичность лидеров, их уровень образования и профессиональной компетентности, способности и умения управлять страной. Однако видимые характеристики элиты призрачны, так как они не отвечают требованиям общества, особенностям современного реформирующегося политического процесса. А происходит это потому, что на теневых, невидимых гранях этих пирамид, на всех уровнях работают «более эффективные социальные лифты» попадания во властные структуры: партийная принадлежность, коррупция, кумовство и родственные взаимосвязи. Население страны уже давно перестало удивляться тому, что среди парламентариев, чиновников различного уровня власти «всплывают» известные фамилии бывших руководителей страны. Это своего рода «политическое наследство» переданное детям старшими поколениями.

В таком случае возникает вопрос: «С какой целью интеллигенция идет во власть?», «Интеллигентна ли политическая элита?». Как показал экспертный опрос руководителей различных уровней власти, 61,1% респондентов идут во власть «для материального обогащения», а 77% считают, что партии создаются «в целом для борьбы за личную власть и более высокое социальное положение» [8, с. 5].

Отметим, что политическая элита в нашей стране за годы независимости пережила целый ряд трансформаций. Процесс фор-

мирования партий часто опирается на авторитет харизматического лидера («вождизм»), а идеологическая основа – на «острые проблемы отдельных стран». Причем первый признак значительно весомее, так как лидеры партий выражают в тех или иных формах актуальные проблемы общества, хотя часто при этом не оказывают конкретных путей их решения. Например, «Альянс за европейскую интеграцию» включает три партии, которые объединила лишь борьба с коммунистами. Но роль и место в процессе евроинтеграции каждая из них видит по-своему. Для одних это процесс объединения с соседним государством (Румынией), для других – вхождение в ЕС полноценным самостоятельным государством, с ориентацией на стандарты и ценности либеральной демократии. Для третьих – «средний путь», т.е. «дружить со всеми». И, как следствие, некоторые депутаты парламента не поддерживают конкретные шаги в реализации предвыборных программ и покидают ряды своих фракций, образуют независимые группы. Так элита теряет свойства сплоченности и эффективности управления, профессиональный уровень и качества, остро необходимые для преодоления кризиса.

А как реагирует на политические события интеллигенция? Стала ли она носителем общественной совести и моральной ответственности в происходящих политических процессах страны? Ответ можно найти в статье председателя Союза кинематографистов Республики Молдовы Е. Собора «Когда писатели были большими». «В чем именно можно и нужно упрекнуть молдавскую интеллигенцию? -спрашивает автор. – Да, она не продемонстрировала необходимой настойчивости и способности действовать солидарно, чтобы блокировать «разрушительный зуд» необольшевиков. Да, она солидаризировалась с антисоциальными реформами либеральных горе-реформаторов. Да, она не смогла (или не захотела) навязать политическому классу прагматичную, неидеологизированную экономику. Все это, к сожалению, так. Более того, стремясь сохранить элементарный, приемлемый для себя уровень жизни, интеллигенция откровенно встала на путь конформизма, старалась в упор «не видеть», как к власти в стране рвутся олигархи, «не замечать» ширяющуюся коррупцию и деградацию политического класса» [9, с.3]. Эти горькие признания, на наш взгляд, нуждаются в некотором уточнении. Дело в том, что в первом молдавском парла-



менте, который принял законы породившие целый ряд конфликтных ситуаций в стране (вплоть до вооруженного конфликта в Приднестровье) более трети депутатов были представителями интеллигенции, а людей с гуманитарным образованием было более половины парламентского состава. Так что утверждать, что интеллигенция пассивно наблюдала за политическими преобразованиями в стране, не совсем корректно. Она в первые годы становления независимой страны сыграла очень активную роль в формировании политической элиты.

Вместе с тем следует отметить, что сегодня депутатский состав нашего парламента профессионально стал более зрелым. Например, если в первом составе количество депутатов, имеющих опыт работы в органах госуправления, составляло 53,5%, то в нынешнем – уже 73,3%. По образованию – филологов сменили юристы, профессиональные менеджеры из различных сфер экономики. В два раза увеличилось количество депутатов - женщин (до 19, 8%), депутатский корпус помолодел в среднем на пятнадцать лет [8, с. 7].

Профессиональный уровень и опыт политической элиты, казалось бы, должны были благотворно влиять на законотворческую и управленческую деятельность в стране. Но этого, к сожалению, не происходит. Дело в том, что парламентские партии заключили соглашение о подборе управленческих кадров, которое предполагает назначение чиновников по партийной принадлежности. Партийно-политическая монополия формирования правящей элиты приводит к тому, что профессиональная подготовка многих управленцев вовсе не соответствует профилю работы их учреждений. Результаты такой политики формируют и определенный тип поведения чиновников. Их мораль становятся «ситуативной», способствует мимикрии поведения. Об этом свидетельствуют конфликтные ситуации, возникающие между партийными фракциями в Парламенте страны, между Парламентом и Советом Министров, между центральной и местной властью. А интеллигенция ни в каких формах протеста против существующего порядка себя не проявляет, более того – часто негосударственные общественные организации в целях стабилизации порядка поддерживают олигархическую власть.

Традиционные механизмы и институты политического руководства, державшиеся в советское время на коммунистической идеологии и, хоть и несовершенной, но довольно устойчивой соци-

---

---

альной базе, рухнули. В обществе произошли серьезные сдвиги в сознании и поведении людей, которые стали более активными, реально вовлеченными в политику, особенно на местном уровне власти. А это привело к усилению влияния местной элиты в управлении на региональном и местном уровнях, ведь здесь она не просто является выразителем интересов различных социальных групп, а часто имеет с ними генетические (кровно-родственные) связи.

Необходимо, на наш взгляд, специфицировать термины «местные элиты» и «региональные элиты». Под местными элитами мы будем подразумевать представителей власти на уровне административного деления коммун, (это также власть в муниципальных образованиях малых городов), а региональные элиты - это властные структуры средних и крупных для нашей страны городов. Отметим, что в политологических исследованиях существуют различные подходы к выделению элит. Вследствие чего местные элиты из-за их малочисленности и слабого участия в политическом

154

— У нас же в стране, как показывают недавние события (политические протесты в муниципии г. Бельцы и других районах), проблемы в работе местных органов власти приобретают особую остроту.

Дело в том, что сегодня местная элита включает множество субгрупп с различными интересами и видением проблем развития своей территории. (представители органов управления, бизнес-элиты, лидеры общественных организаций и партий, руководители учреждений образования, медицины, культуры и т. д.) Решение возникающих проблем, как известно, во многом зависит от того, какие цели ставятся, каков профессиональный уровень менеджеров (каково качество элиты), насколько властные решения понимаются и поддерживаются населением. В Молдове сегодня процесс формирования политической элиты происходит наиболее интенсивно на местном уровне. И, как показывают социологические исследования, гуманитарная интеллигенция от власти все больше отстраняется. Причин можно назвать несколько.

Во-первых, у членов местной элиты совершенно разные «социальные капиталы» ресурсов влияния на принятие тех или иных властных решений. Особое значение на местном уровне власти приобретают возможности и условия реализации этих ресурсов, баланс групп влияния в их распределении, удовлетворении инте-

ресов населения. Часто местные депутаты и советники кроме харизматических качеств обладают ( или не обладают) политической поддержкой местных отделений партий.(проводят их программные требования).

Во-вторых, особую значимость на местном уровне власти приобретает и владение каким-либо бизнесом, наличие родственных и иных социальных связей в данном населенном пункте. Именно в местной власти чаще всего практикуется «совмещение статусов», т.е. представители бизнеса идут во власть, чтобы иметь более широкие возможности для саморазвития и одновременно рычаги защиты своего предпринимательства.

В-третьих, чиновники территориальных администраций, которые не имеют «ресурсного потенциала власти», начинают приобретать его, попадая на руководящую должность (налаживают необходимые связи, обзаводятся собственным бизнесом). И здесь важно отметить, что местная элита, в коммунах, конечно же, имеет значительно меньше ресурсов и возможностей в развитии экономики, т. к. состоит она в основном из крупных фермеров-лидеров (от 80% и более). А вот у новой региональной элиты значительно большее поле социальной деятельности (есть малый и средний бизнес). И поэтому ее стремление к самостоятельности в реализации власти на местном уровне часто вступает в противоречие с существующим законодательством. Экспертный социологический опрос представителей местных властей в трех экономических зонах республики и массовый опрос по проблемам стратификации в молдавской деревне выявили нижеследующие тенденции.

Более 52% опрошенных работников примэрий считают, что в их деятельности недостаточно свободы и возможностей вести плодотворную местную политику, «централизация власти еще достаточно большая». Причем самостоятельность органов местной власти в решении местных проблем различна в разных сферах жизни. Так, например, финансово-экономическую самостоятельность как частичную отметили 57 % респондентов, а полностью самостоятельны в финансовых вопросах лишь 27% руководителей. В социальном развитии сел и их инфраструктуры частичную самостоятельность отметили 55% опрошенных, а абсолютно не самостоятельны – 28 % руководителей органов местной власти [8, с. 8]

Анализ этих и других полученных социологических данных показывает, что в стране назрела острая необходимость совершенствования законодательства о местном самоуправлении, вовлечения в реализацию местной политики разнообразных общественных объединений гражданского общества, совершенствования технологии элитоотбора, развития многообразных форм демократии в политике местной власти.

В молдавских селах всегда особым уважением и авторитетом во власти пользовалась гуманитарная интеллигенция. Сегодня многие ее представители уехали на заработки за рубеж, другая ее часть, как отмечает Е. Собор, «заметно сникла, притихла, устала. Она практически отказалась от своего прежнего боевого клича «Не могу молчать!» И в этом, на мой взгляд, заключается сегодня ее драма»[9, с.5].

156 — Время интеллигенции как советчика, эксперта, социальной группы, которая формировала бы новые демократические ценности и стандарты общества, пока не пришло. В стране проводится немало реформ для развития демократии, соответствия правовых норм требованиям стран ЕС, вовлечение широких масс населения в политику. Создаются неправительственные организации и различные фонды, но они не включены в процесс реализации власти. У интеллигенции с политической элитой пока складываются отношения без взаимности.

#### Джерела та література:

1. Ашин Г.К. Элитизм и демократия // Общественные науки и современность. - М., 1996.
2. Ашин Г.К. Понятие «элита» и его роль в политических исследованиях // Философские науки. – М., 2005. – № 7.
3. Витковская Т. Б. Локальная политическая элита современной России: характерные особенности трансформации. // Политическая наука. – 2008, №3.
4. Гаман-Лутвина О В. Политические элиты: эволюция теоретических концепций. – М., 1996.
5. Лапина Н. Ю., Чирикова А. Е. Региональные элиты в Российской Федерации. Модели поведения и политические ориентации. – М., 1999.
6. Мохов В. П. Проблема анализа российских региональных элит в переходный период: К вопросу о методологических основах

ниях // Пермский Вариант – 2. – Пермь, 2004. – с. 4-14.

7. Осипов Г.В. Социологический энциклопедический словарь. – М., 2000. – 488 с.

8. Отчет о социологическом опросе по проекту «Эволюция социальной стратификации общества и перспективы европейской интеграции Республики Молдова», опрошено 1200 человек, в трех географических зонах республики. – Кишинев, 2011-2012.

9. Собор Е. Когда деревья были большими. //http: // ava.md/ analytics-comentary/019084-(24.01.2013)

10. Szczepanski I. Die Intelligent in der gegenwartigen Gesellschaft. – Frankfurt am Main, 1996.

**РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ КОНФЛІКТ  
ЩОДО ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ПРИНАЛЕЖНОСТІ КРИМУ  
У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА**

*В статті автор аналізує порушення російською стороною основоположних документів міжнародного права та двосторонніх українсько-російських угод під час її вторгнення її військ в Крим. Зазначені також порушення російських військових формувань у перші дні вторгнення. Охарактеризовано можливі мотивації російського вторгнення в Україну, її політичні, економічні та стратегічні аспекти, як зовнішні так і внутрішні.*

**Ключові слова:** Крим, Чорноморський Флот Російської Федерації, міжнародне право, територіальна цілісність України, недоторканість кордонів.

158

*В статье автор анализирует нарушения российской стороной основополагающих документов международного права и двусторонних украинский-российских соглашений во время вторжения ее войск в Крим. Отмечены также нарушения российских войсковых формирований в первые дни вторжения. Охарактеризованы возможные мотивации российского вторжения в Украину, ее политические, экономические и стратегические аспекты, как внешние так и внутренние.*

**Ключевые слова:** Крым, Черноморский Флот Российской Федерации, международное право, территориальная целостность Украины, неприкосновенность границ.

*In this article the author tries to reveal the possible motivation of the russian invasion in Ukraine, its political, economic and strategic aspects both external and internal. Has been revealed violation by Russia of basic documents of international law and bilateral ukrainian-russian agreements. Were also listed violations of Russian military forces in the early days of the invasion.*

**Keywords:** Crimea, Russian Black Sea Fleet, international law, territorial integrity of Ukraine, inviolability of borders.

Сучасний конфлікт між Росією та Україною щодо Криму є одним з найбільш складних і водночас найбільш дискусійних подій останнього часу, який досить важко визначити в класичних термінах історичної, політичної науки та теорії міжнародних відносин. Конфлікт відбувається на фоні прощання України з радянським минулим, її боротьби за реальну незалежність та у контексті геополітичного протистояння США та Росії.

Проблема Криму в українсько-російських відносинах є досить новою для дослідників, адже минуло лише кілька місяців після тих драматичних подій, і тому ще не існує фундаментальних досліджень у цьому напрямку, проте є багато спроб актуального аналізу окремих аспектів цієї проблеми як українськими, так і зарубіжними дослідниками. Серед них згадаємо праці С. Федуняка, Н. Заноза, В. Воронова, А. Морозова, К. Рогова. Автор даної статті також робив спроби аналізу даної проблеми [20].

Метою статті є дослідження процесу вторгнення російських військ до Криму у контексті положень міжнародного права, двосторонніх угод між Україною та Росією, аналіз дій російських військ у перші дні конфлікту та геополітичних мотивацій російської агресії в Україні.

Перемога Майдану, зміна виконавчої влади у Києві роздратували офіційний Кремль, який відчував, що втрачає вплив в Україні. Росія поспішила скористатися труднощами, які з'явилися у перші дні нової влади, у своїх геополітичних іграх, анексувавши після «референдуму» Крим. Якщо проаналізувати дії РФ щодо України, особливо стосовно південно-східних областей України та Криму, розглядаючи їх у контексті міжнародних й двосторонніх безпекових норм, спостерігаємо наявність активної неправомірної діяльності з боку Росії.

Окрім того, що Росія порушила Будапештську угоду, в якій вона, разом із США та Великобританією ставала гарантом незалежності і цілісності України, яка відмовилася від ядерної зброї. Своїми діями РФ завдала удару по міжнародній системі ядерної безпеки, яка створювалася десятиліттями. Кремль порушив також низку принципів міжнародного права, конвенцій та двосторонніх українсько-російських угод. Зокрема:

– принцип незастосування сили та погрози застосування сили. На сьогоднішній день – це загальновизнаний принцип міжнародного

права, який закріплений в п.4 ст.2 Статуту ООН. Загальні положення цього принципу відповідно до положень Декларації про загальні принципи міжнародного права від 1970 р., передбачають наступне: «Кожна держава повинна утримуватись у міжнародних відносинах від погрози силою або її застосування як проти територіальної недоторканності або політичної незалежності інших держав, так і будь-яким іншим чином, який несумісний з цілями ООН» [19, с.52];

– принцип невтручання у внутрішні справи держави. Декларація про принципи міжнародного права, що стосуються дружніх відносин і співробітництва між державами відповідно до п. 7, ст. Статуту ООН встановлюють, що жодна держава або група держав не має права втручатись прямо або опосередковано у внутрішні справи, що входять до компетенції іншої держави. Жодна держава не може застосовувати будь-які акти військового, політичного або іншого примусу, з метою підпорядкування собі будь-якої іншої держави. Забороняється організація або заохочення підривної, терористичної діяльності, яка направлена на насильницьку зміну

160

—

устрою іншої держави [19, с.52];

– принцип територіальної цілісності держав, закріплений в заключному акті НБСЄ від 1975 року. Відповідно до положень даного акту, держави-учасниці повинні поважати територіальну цілісність кожної із держав – учасниць [18, р. 131];

– принцип непорушності державних кордонів, закріплений в заключному акті НБСЄ від 1975 року. Відповідно до положень даного акту держави-учасниці розглядають кордони одне одного, як непорушні. Вони повинні утримуватись від будь-яких посягань, що спрямовані на захоплення частини або всієї території кожної держави-учасниці [18, р. 130-131].

– принцип добросовісного виконання міжнародно-правових зобов'язань. Згідно із п. 2 ст.2 Статуту ООН, усі члени ООН добросовісно виконують взяті на себе зобов'язання [19, р. 52]. Також відповідно до Віденської Конвенції про право міжнародних договорів від 1969 року, будь-який чинний договір є обов'язковим для його учасників і повинен ними добросовісно виконуватись [5, с. 93-94].

Кремль порушив також Конвенцію щодо визначення агресії, прийнятої резолюцією 3314 (XXIX) Генеральної Асамблеї ООН 14 грудня 1974 р. У відповідності до документу «агресією є застосу-



вання збройної сили державою проти суверенітету, територіальної недоторканності або політичної незалежності іншої держави, або яким-небудь іншим чином, несумісним із Статутом Організації Об'єднаних Націй (...)» [4].

Беручи до уваги той факт, що Російська Федерація стала правонаступницею СРСР, вона зобов'язана виконувати усі підписані Радянським Союзом міжнародні конвенції та угоди.

Стосовно Криму Росією порушена також низка українсько-російських двосторонніх угод. Спробуємо розкрити сутність порушених статей відповідних угод і відновити хронологію цих порушень у перші дні вторгнення, починаючи з 21 лютого 2014 р. Більшість дій були здійснені військовими частинами Чорноморського флоту Російської Федерації.

Так, серед порушених Кремлем двосторонніх угод спостерігаємо Договір про дружбу, співробітництво і партнерство між Україною і Російською Федерацією від 31 травня 1997 р. (стаття 3 і 6). Зокрема, у статті 3 зазначається: «Високі Договірні Сторони будуть відносити на основі принципів взаємної поваги суверенної рівності, територіальної цілісності, непорушності кордонів, мирного врегулювання спорів, незастосування сили або загрози силою, включаючи економічні та інші способи тиску, невтручання у внутрішні справи...». У статті 6: «Кожна з Високих Договірних Сторін утримується від участі або підтримання дій, спрямованих проти іншої Сторони, і зобов'язується не укладати з третіми країнами будь-яких договорів, спрямованих проти іншої Сторони. Жодна із Сторін не допустить, щоб її територія була використана на шкоду безпеці іншої Сторони» [3]. (Усі ключові українські військові об'єкти в Криму були заблоковані озброєними особами та бойовою військовою технікою Росії. На території України – всупереч виявленій волі України – відбувалося військове розгортання сил та засобів Збройних сил РФ із залученням як військових формувань ЧФ РФ, тимчасово дислокованих на території України, так військових частин, які дислокувалися на території РФ з масовим використанням літаків військово-транспортної авіації. 28 лютого на аеродромі Гвардійське, порушуючи державний кордон України, здійснили посадку та розвантаження 4 російські військово-транспортні літаки ІЛ-76МД. 1 березня також з порушенням державного кордону України увійшли у порт м. Севастополь великі

десантні російські кораблі Балтійського флоту «Калінінград», «Мінськ» та великий десантний корабель Північного флоту «Горняк». 3 березня державний кордон України був порушений 9-ма літаками Збройних сил РФ ІЛ-76МД) [8].

Була грубо порушена Угода між Україною і Російською Федерацією «Про статус та умови перебування Чорноморського Флоту Російської Федерації на території України», підписаний 21 квітня 2010 р. у Харкові [17]. Зокрема:

— пункт 1 статті 6: «Військові формування здійснюють свою діяльність в місцях дислокації відповідно до законодавства РФ, поважають суверенітет України, додержуються її законодавства та не допускають втручання у внутрішні справи України» (27 лютого зі сторони Качинського шосе до воріт в'їзду на територію, де розташоване приміщення зали зустрічі офіційних делегацій цивільного аеропорту, що поруч військового аеродрому Бельбек, прибули озброєні невідомі особи у військовій формі без знаків розпізнавання (близько 300 осіб, 17 автомобілів типу «Урал», 2 БТри). Зокрема було встановлено, що їхньою метою є взяття під контроль виїзд з аеропорту Бельбек та не допущення вищих посадових осіб України до Криму. Зазначена група розсосередилась по периметру паркану цивільного аеропорту, було розгорнуто радіостанцію на базі БТРа, перекрито злітно-посадкову смугу та руліжну доріжку трьома автомобілями «Урал», розгорнуто позицію станкового кулемета. Керівництво бригади тактичної авіації попереджено, що у випадку зльоту літака з чергової ланки буде відкрито вогонь на ураження) [8];

— пункт 2 статті 9: «Сторони співробітничать в галузі забезпечення безпеки польотів літальних апаратів військових формувань. Порядок і форми такого співробітництва визначаються окремими угодами (28 лютого здійснили посадку 10 вертольотів у районі аеродрому Кача ЧФ РФ і аеродрому «Гвардійське», які незаконно перетнули державний кордон України та уникли прикордонного контролю) [8];

— пункт 1 статті 12: «Службові транспортні засоби Чорноморського флоту Російської Федерації повинні мати реєстраційний номер і чіткий знак. Використання для службових транспортних засобів номерних знаків України не допускається» (27 лютого колона з 14-и автомобілів «Урал» без номерних знаків та 2-х БТР-80, які

перевозили до 400 військовослужбовців, виїхала з території 7-го навчального загону ЧФ РФ у напрямку виїзду з м. Севастополь. В районі дорожньої розв'язки м. Севастополь – Сапун-Гора – м. Інкерман колона розділилася: 6 автомобілів Урал продовжили рух у напрямі м. Інкерман, інші автомобілі та 2 БТР – в напрямку району Сапун-Гори. З 7-го навчального загону ЧФ РФ близько 150 осіб на 4-х автомобілях «Камаз» без номерних знаків виїхали у напрямку с. Новофедорівки) [8];

– пункт 5 статті 15: «Пересування, пов'язані з діяльністю військових формувань поза місцями їхньої дислокації, здійснюються після узгодження з компетентними органами України» (21-22 лютого на території АРК та у м.Севастополь мали місце активні пересування великої кількості бойової броньованої техніки (понад 30 бронетранспортерів) військових формувань ЧФ РФ, які не узгоджувалася з компетентними органами України. 16 одиниць БТР-80 810-ї окремої бригади морської піхоти ЧФ РФ (м.Севастополь) здійснили виїзди у напрямку населених пунктів Кача та Гвардійське та у межах м. Севастополь) [8];

163

Серед порушених російським керівництвом документів є й Угода між КМ України та Урядом РФ «Про використання силами та засобами Чорноморського флоту Російської Федерації повітряного простору України та повітряного простору над акваторією Чорного моря, де відповідальність за безпеку польотів та організацію обслуговування повітряного руху покладена на Україну» від 16 липня 1999 року [16]. Зокрема, у них передбачалося:

– у статті 2: «Навчання та перевірки сил, що перебувають на чергуванні, протиповітряної оборони ЧФ, пов'язані з використанням повітряного простору, що знаходиться під відповідальністю України, проводяться без закриття аеропортів України за узгодженням з Генеральним штабом Збройних Сил України та відповідно до режиму і умов, встановлених Українським центром планування використання повітряного простору України та регулювання повітряного руху Украероцентром».

– у статті 3: «Забезпечення безпеки польотів у повітряному просторі, що знаходиться під відповідальністю України, здійснюється шляхом взаємодії між органами, відповідальними за організацію обслуговування повітряного руху України та командними пунктами (пунктами управління) ЧФ».

(28 лютого на аеродромі Гвардійське (АРК), порушивши державний кордон України, здійснили посадку та розвантаження 4 літаки ІЛ-76МД ЗС РФ, які прибули з аеродромів базування у Пскові та Таганрозі (Росія). Згодом здійснили посадку ще 10 літаків ІЛ-76МД з території РФ. На посадку пішли також 10 вертольотів у районі аеродрому Кача ЗС РФ і аеродрому «Гвардійське», які незаконно перетнули державний кордон України та уникли прикордонного контролю) [8].

164 — На початку російське керівництво стверджувало, що в Криму російських військ немає, а згодом воно було вимушене визнати, що приєднання півострова до Російської Федерації було здійснено за їх участі. Більш того, деякі учасники цих подій отримали відповідні нагороди. Якщо вірити публікації щодо медалі «За повернення Криму» [11], на ній чітко вказані терміни проведення операції: 20.02.2014 – 18.03.2014 року. Це ставить під сумнів також правдивість слів президента В.Путіна про те, що Росія не готувалася до приєднання Криму, і прийняла відповідне рішення лише після отримання даних про настрої місцевих жителів після «повалення легітимного президента України В. Януковича» (22 лютого).

Безумовно, російські війська та спецслужби і далі порушували міжнародні конвенції та двосторонні угоди. 16 березня 2014 р. був проведений навіть «референдум» у Криму, хоча його проведення не було передбачено ні законодавством України ні законодавством Російської Федерації. До того ж, в друге в історії людства волевиявлення населення певної території відбувалося в умовах окупації військами іншої держави. В офіційних комюніке Російської Федерації стверджувалося, що на референдумі більше 96 % його учасників висловилися за входження півострова до складу Росії [12].

Результати цього референдуму ні Україною ні світовим співтовариством не визнаються (окрім кількох держав, якій йдуть у фарватері російської зовнішньої політики). Більш того, Україна збирається звернутися з цього питання до Міжнародного суду ООН в Гаазі [12]. Сумнівність референдуму визнають й окремі російські експерти. Так, наприклад, представники ради при президентові Російської Федерації з розвитку громадянського суспільства здійснили поїздку до Криму й за її підсумками склали документ під назвою «Проблеми жителів Криму. Огляд підготовлено членом

Ради Бобровим Е.А., керівником мережі «Міграція і право» ПЦ «Меморіал» С.А. Ганнушкіною і адвокатом Мережі Цейтліною О.П. за результатами відвідування міст Сімферополь та Севастополь в період з 15 по 18 квітня 2014 р., зустрічей з посадовими особами органів державної влади, духовенства, журналістами, громадськими діячами, адвокатами, правозахисниками та громадянами.

За твердженнями авторів документу, більшість мешканців Севастополя проголосували на референдумі за приєднання до Росії (явка – 50-80%), загалом у Криму, за різними даними, за приєднання до Росії проголосували 50-60% виборців за загальної явки в 30-50%. Тобто, навіть за оцінками росіян, референдум відбувся фактично лише в Севастополі. На решті території Криму явка виборців становила менш ніж 30-50%, а це фактично означає, навіть за встановленими росіянами правилами проведення, референдум у Криму не відбувся. Ми вже не кажемо про мотивацію, за якою жителі Криму голосували не стільки за приєднання до Росії, скільки за припинення, за їхніми словами, «корупційного свавілля і злочинського засилля донецьких ставлеників» [13].

165

18 березня вже був підписаний відповідний договір між Росією, Кримом та Севастополем. Державна Дума та Рада Федерації ухвалили договір про приєднання Криму до Російської Федерації та федеральний закон про створення у складі РФ двох нових суб'єктів – республіки Крим та міста федерального значення Севастополь, які були підписані Путіним вже 21 березня.

Говорячи про підписання згаданого договору, варто проаналізувати рівень законності та повноваження вказаних осіб щодо правомірності підписувати подібний договір. Найбільш кричущим у правовому контексті порушенням є те, що від Севастополя документ підписав «народний мер» Олексій Чалий, громадянин Росії, обраний на цю посаду на мітингу (наскільки об'єктивним може бути обрання мера на мітингу у місті, чисельність населення якого на 1 грудня 2013 р. складало 385700 осіб?). До того ж, відповідно до діючої на момент його обрання Конституції такої посади в Севастополі не було. Для організації відповідних дій щодо захоплення влади у Севастополі, ним було організовано надходження на підконтрольні йому розрахункові рахунки благодійної організації “35- Берегова батарея” коштів на суму 23,9 млн. грн. від резидентів Російської Федерації. Ці дії, за повідомленням

прес-центру Служби безпеки України, класифікуються як такі, що спрямовані на насильницьке повалення конституційного ладу України [15].

Не менш скандальним є підписання документу Сергієм Аксьоновим, якого 27 лютого 2014 р. незаконно обрали прем'єр-міністром української адміністративно-територіальної одиниці в будівлі, захопленій російськими військовими, без присутності преси, без узгодження його кандидатури з центром, без відеофіксації засідання (яке могло б підтвердити наявність кворуму та реальний результат голосування) [6]. Угоду з президентом Путіним підписав також Володимир Константинов [1], як голова Держради Республіки Крим, хоча згідно з Конституцією України такі повноваження є лише у Верховній Раді Автономної Республіки Крим. До того ж жодний із вказаних осіб не мав повноважень щодо підписання угод стосовно державної приналежності вищезгаданих територій.

166

— На нашу думку, при аналізі історичних подій, найскладнішим аспектом для дослідників є з'ясування мотивацій, якими керувалися політичні сили, здійснюючи ті чи інші політичні кроки. Якщо проаналізувати різні точки зору дослідників, головним чином викладених у російських ЗМІ, можна знайти три можливих пояснення, а саме:

Перше пояснення полягає у тому, що грубе втручання Росії в українській кризі мало за мету завоювання Криму, як своєрідної «помсти за Косово». Ця інтерпретація означала б, що, захопивши Крим, Путін створив певний «баланс поваги», і що згодом цей крок буде розглядатися як «симетрична відповідь» і життя буде продовжуватися. Тобто, ця інтерпретація не передбачає необхідність розв'язати холодну або гарячу війну із Заходом. Мова йде лише про відновлення втраченого статус-кво.

Друга інтерпретація припускає, що «українська стратегія» Росії є свідомою спробою розв'язати нову війну із Заходом, і Криму відводиться роль приводу до такої війни. Таким чином, у цьому випадку метою є перегляд результатів Другої світової війни, державних змін 1991 р., а також ролі і місця міжнародних організацій. Тобто, започатковано нову еру, у якій революція є лише політичним засобом відмови від моделі «процедурної демократії» та створення ситуації невизначеності.

Третя інтерпретація пояснює втручання Путіна в українську кризу лише як привід для зміни власної системи влади. Використовуючи українську кризу, Путін намагається організувати профілактичну зустрічну революцію всередині російської еліти (опозиція була значною мірою знищена в 2013 р.). При цьому, основна мета полягає у створенні ситуації невизначеності, привласнивши собі право її ініціатора без уявлення про те, чим ця гра може закінчитися [7].

Не випадково згодом, 22 липня 2014, під час проведення засідання Ради безпеки РФ, на якому розглядалося питання суверенітету та територіальної цілісності, було легалізовано своєрідне «політбюро», якою стала Рада безпеки. Для легалізації нового екстраконституційного порядку і його пояснення російському обивателю необхідно було розробити відповідну доктрину, в основу якої мало бути покладено суверенітет і територіальна цілісність. Поняття «суверенітету» – центральна ідеологема політичної доктрини, сформульованої Путіним і групою його однодумців, які вийшли з пізнорадянського КДБ. Пріоритетність суверенітету, згідно з цією доктриною, неявно, але абсолютно недвозначно протистоїть тій доктрині, що «зруйнувала» Радянський Союз і яка була пов'язана з пріоритетом прав людини, – доктрині пріоритету прав людини.

Загальна картина виглядає такою: у світі є сили (зрозуміло – США), які прагнуть зруйнувати всі інші суверенітети, щоб підпорядкувати їх своєму пануванню. У цій ситуації збереження суверенітету є основною справою нації та головною і винятковою відповідальністю уряду. У прагненні зруйнувати «чужі» суверенітети США використовують реальні внутрішні проблеми країн, спираючись на «так звану м'яку силу», неурядові та інші подібні організації, фінансуючи і готуючи «так звані кольорові революції», які прирівнюються, таким чином, до державних переворотів [10].

Водночас, відбувається офіційна зміна тлумачення історії. У цій ситуації дискурс реальної політики поступається міфу, героїзму, героїчному самогубству, «фатуму». На жаль, ми є свідками радикальних змін і серед російської громадськості, в якій реваншистські ідеї великою мірою підтримує середній клас з досить високим рівнем освіти та фінансового стану [7].

Як бачимо, Путін не задовольнився лише анексією Криму і намагається розширити вторгнення російських сил і в інших регіонах України. Можемо припустити й іншу мотивацію. Якщо уявити, що Путін готуватиметься до великої війни із Заходом, зростають потреби Росії у зброї. До цієї думки нас спонукає кількість і характер російських державних замовлень ВПК. Великою мірою забезпечення такого замовлення, як і інших, багато у чому залежить і від військово-промислового комплексу України [2]. Якщо Україна реально зблизиться із ЄС та НАТО, це завдання може опинитися під загрозою. Географічно зона розташування більшості підприємств ВПК України, з яким Росія пов'язує свою стратегічну доктрину збігається із зоною нестабільності, тому і у цих областях можуть бути створені умови для легітимізації їх анексії за кримським сценарієм [9]. Зауважимо також, що зона російської агресії співпадає з українськими запасами скрапленого газу.

168 Скупченню російських військ на кордонах України, на нашу думку, відводиться також певна роль, насамперед у відвертанні уваги від дій російських спецпризначенців у південно-східній частині України. Вже кілька місяців в Донецькій та Луганській областях ведуться запеклі бої українських військових із сепаратистами, яких російська сторона неприкрито підтримує живою силою та технікою, а в останній період ще й безпосередніми артилерійськими обстрілами з території РФ.

Ці дії є продовженням тих, що були під час вторгнення до Криму. До 25 травня 2014 р. вони були спрямовані на перешкоджання проведенню в Україні президентських виборів, намагаючись переконати своїх симпатиків у тому, що нове керівництво в Києві не може забезпечити порядок і безпеку в країні і що єдиним законним правителем є В.Янукович. Адже саме він може забезпечити вступ України до Митного союзу і майбутнього Євразійського союзу. Після виборів російська риторика щодо України майже не змінилася. Намагання Путіна запропонувати нам федералізацію України, через яку, завдяки потужному російському лобіюванню у південно-східній частині України, ця частина України може стати своєрідним якорем, який буде гальмувати її рух до ЄС і НАТО йдуть поруч із іншими заходами, спрямованими на політичну та економічну дестабілізацію України.



Таким чином, російське вторгнення до Криму, згідно із міжнародним правом, є актом агресії. Ці дії, а також активна російська підтримка сепаратистів у Донецькій та Луганській областях підривають основи системи світової безпеки, сформованої після Другої світової війни. Водночас РФ демонструє недієздатність цієї системи, адже агресором стала країна, яка, в обмін на відмову України від свого ядерного потенціалу, взяла на себе обов'язки бути гарантом її безпеки. Слід зазначити, що у згаданому вище документі щодо визначення агресії (ст. 5) підкреслено, що жодні міркування політичного, економічного, військового або іншого характеру, не можуть слугувати виправданням агресії і що агресивна війна є злочином проти міжнародного миру, має спричинити міжнародну відповідальність і що ніяке територіальне придбання або особлива вигода, отримані в результаті агресії, не є і не можуть бути визнані законними [4].

США та країни Європи послідовно засуджують агресивні дії Російської Федерації. Зокрема, 16 липня 2014 р. у Брюсселі на прес-конференції після завершення засідання Європейської Ради, Президент Європейського парламенту Мартін Шульц заявив, що територіальна цілісність України не є предметом для переговорів. Анексія Криму була незаконною, це були дії проти міжнародного законодавства, здійснені державою, яка є постійним членом Ради безпеки ООН і яка має захищати міжнародний закон, а не порушувати його. Ми повинні засудити незаконну анексію Криму і прийняти рішення про застосування подальших санкцій [14]. Зазначені країни вдаються також до певних санкцій політичного та економічного характеру щодо Росії. Проте, окремі санкції країн ЄС та США щодо Росії іноді видаються нам недостатньо ефективними. Невживання достатніх заходів з боку цивілізованих країн світу (у першу чергу США та Великобританії, які також є гарантами нашої безпеки) призведуть до стрімкої гонки озброєнь, у тому числі до нарощування ядерного потенціалу, а це, у свою чергу, – до зменшення безпеки на регіональному і глобальному рівнях.

#### **Джерела та література:**

1. Аферист Константинов и Гоблин Аксенов. Украинские журналисты сняли видеосюжет о правителях Крыма // <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3321222-aferyst-konstantynov->

---

y-hoblyn-aksenov-ukraynskye-zhurnalysty-snialy-vydeosuzizhet-opravlyteliakh-kryma.

2. Воронов В. Славянское братство по оружию. И деньгам.– Совершенно Секретно // [http://lb.ua/news/2014/03/19/259940\\_klyuchey\\_ponimaniyumotivov.html](http://lb.ua/news/2014/03/19/259940_klyuchey_ponimaniyumotivov.html)?

3. Договір про дружбу, співробітництво і партнерство між Україною і Російською Федерацією // [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643\\_006](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643_006)

4. Конвенція «Определение агрессии» (Утверждено резолюцией 3314 (XXIX) Генеральной Ассамблеи ООН от 14 декабря 1974 года) // [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/aggression.shtml#a](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/aggression.shtml#a)

5. Международные отношения и внешняя политика СССР (Сборник документов) (1871-1957гг.). – М.: Изд-во ВПШ при ЦК КПСС, 1957. – С. 93-94.

170 — 6. Морозов А. Консервативная революция. Смысл Крыма // Общество. – 2014. 17 марта.

7. Ноти протесту МЗС України №№ 610/22-123/1-615 та 414/22-120-354 від 28.03.2014 р., надіслані на адресу МЗС РФ // [https://www.google.com.ua/?gfe\\_rd=cr&ei=seQzU5O2NkuB4ATqYDAAw#q](https://www.google.com.ua/?gfe_rd=cr&ei=seQzU5O2NkuB4ATqYDAAw#q)

8. Один из ключей к пониманию мотивов Путина / Институт Горшенина // LB.ua. Избранное для всех. – 2014. – 19 [http://lb.ua/news/2014/03/19/259940\\_klyuchey\\_ponimaniyu\\_motivov.html](http://lb.ua/news/2014/03/19/259940_klyuchey_ponimaniyu_motivov.html)? Рогов К. Доктрина суверенности: какие тактические и стратегические задачи решает Путин // <http://www.forbes.ru/mneniya-column/vertikal/263545-doktrina-suverennosti-kakie-takticheskie-i-strategicheskie-zadachi-re>

9. Россия оскандалилась с медалью «За возвращение Крыма» // <http://uainfo.org/yandex/312032-rossiya-oskandalilas-s-medalyu-zavozvrashchenie-kryma.html>

10. Такого “удара” от Украины Россия не выдержит! Крым вернётся на родину // <http://abc-news.ru/27/news/2845101.html>

11. Справжня явка на референдумі в Криму становила 30-50% – документ // <http://www.gazeta.lviv.ua/news/2014/05/01/28481>.

12. Территориальная целостность Украины не является предметом для переговоров, - глава Европарламента // [http://censor.net.ua/news/294092/territorialnaya\\_tselostnost\\_ukrainy\\_ne\\_yavlyaetsya\\_predmetom\\_dlya\\_peregovorov\\_glava\\_evroparlamenta?](http://censor.net.ua/news/294092/territorialnaya_tselostnost_ukrainy_ne_yavlyaetsya_predmetom_dlya_peregovorov_glava_evroparlamenta?)

13. У СБУ розповіли, як “народний мер” Чалий отримував гроші на захоплення Севастополя // <http://fakty.ictv.ua/ua/index/read-news/id/1508463>

14. Михельсон А. По прозвищу “Гоблін”: кому поручено отдати Крим Путину // <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2014/03/15/7018918/?attempt=1>.

15. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Російської Федерації про використання силами та засобами Чорноморського флоту Російської Федерації повітряного простору України та повітряного простору над акваторією Чорного моря, де відповідно до міжнародних угод відповідальність за безпеку польотів та організацію обслуговування повітряного руху покладена на Україну // [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643\\_254](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643_254).

16. Угода між Україною та Російською Федерацією з питань перебування Чорноморського флоту Російської Федерації на території України // [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643\\_359](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/643_359)

17. Actul final de la Helsinki al Conferinței pentru Securitate și Cooperare în Europa // Năstase A. Documente fundamentale ale dreptului internațional și al relațiilor internaționale. – Vol. 1a. – P. 131. 171

18. Carta Națiunilor Unite // Năstase A. Documente fundamentale ale dreptului internațional și al relațiilor internaționale / Ed. Frailich R. 2 vols. Vol. 1a. – București: Asociația Română pentru Educație Democratică, 1997. – P. 52.

19. Hakman S. Fratele-i la poartă: Invazia Federației Ruse în Crimeea și prevederile dreptului internațional // Geopolitica. Revista de geografie politică, geopolitică și geostrategie. – Anul XII. – Nr. 54-55 (1/2014). – P. 61-66.

**ДІЯЛЬНІСТЬ ЄВРОСКЕПТИКІВ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПАРЛАМЕНТІ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ І СУЧАСНИЙ ВИМІРИ**

В статті досліджується діяльність євроскептично налаштованих партій в рамках Європейського парламенту. Проводиться аналіз чисельності євроскептиків в Європейському парламенті з 1994 р. до теперішнього часу. Автором розглянуто основні євроскептичні партії різних країн-членів ЄП та проаналізовано їх вплив на прийняття загальноєвропейських рішень. Наводяться основні фактори впливу євроскептиків на діяльність Європарламенту та загальноєвропейську політику.

**Ключові слова:** ЄС, євроскептицизм, політичні партії, Європарламент.

172 — В статье исследуется деятельность евроскептически настроенных партий в рамках Европейского парламента. Анализируется численность евроскептиков в Европейском парламенте с 1994 г. до настоящего времени. Автором рассматриваются основные евроскептические партии различных стран-членов ЕП и исследовано их влияние на принятие общеевропейских решений. Приводятся основные факторы влияния евроскептиков на деятельность Европарламента и общеевропейскую политику.

**Ключевые слова:** ЕС, евроскептицизм, политические партии, европарламент.

*In the article the activity of eurosceptic parties in the European Parliament is investigated. The analysis of the quantity of eurosceptics in European Parliament since 1994 till nowadays is conducted. The author examines the main eurosceptic parties of different countries-members of EP and analyses their influence on European decision-making. The main reasons for insufficient influence of eurosceptics on the activity of European Parliament and European politics in general are shown.*

**Keywords:** EU, Euroscepticism, political parties, European Parliament.

Паралельно з об'єднанням європейських країн в єдиний союз почали з'являтися і противники такого об'єднання – так звані “євроскептики”. Нагадаємо, що євроскептики виступають про-

ти єдиної європейської валюти, спільної конституції, збільшення кількості країн-членів, спираючись на те, що політика об'єднаної Європи немовби шкодить національним інтересам їх держав. Складні часи економічної, фінансової, політичної та інституційної кризи, що переживає сучасний Європейський простір посилюють позиції євроскептично налаштованих політичних і суспільних кіл як на національному, так і на загальноєвропейському рівнях. У все більшій кількості країн-членів створюються партії та рухи, які критикують діяльність ЄС, або навіть ставлять за мету вихід з Єврозони. Як зазначає німецька газета "Die Zeit": "Європою блукає привид" – по всій Європі ростуть євроскептичні настрої. Так, в 2011 р. фінська партія "Справжні фіни" отримала 19% голосів виборців, "Шведські демократи", які не приховують свого гасла "Швеція для шведів", представлені в риксдагу 20 депутатами, 12% голосів вдалося набрати "Датській народній партії". Голландська "Вільна партія" Герта Віддерса, яка виступає за жорстку економію і вихід зі складу ЄС, на 27 місць з 150 може цілком розраховувати, за попередніми оцінками, грецька расистська партія "Золота зоря" – на 13%, британська "Партія незалежності Сполученого Королівства" – на 11%. Французький "Національний фронт" Марін Ле Пен, у свою чергу, може, за оцінками соціологів, здобути перемогу на виборах в 2014 році. Сумніви множаться і в Німеччині, про що свідчить несподіваний успіх партії "Альтернатива для Німеччини". Як зазначає автор, настрої євроскептицизму збільшуються також у країнах Східної та Південно-Східної Європи [1]. Такі партії, звісно ж, не обмежуються лише діяльністю на національному рівні, створюючи свої фракції в загальноєвропейських органах влади, вони намагаються активно впливати на загальноєвропейську політику. Тому, найкращим полем для вивчення діяльності євроскептиків, на нашу думку, є Європейський парламент як орган, в якому безпосередньо представлене все населення ЄС.

Метою статті є аналіз феномену євроскептицизму в Європейському парламенті та дослідження його впливу на прийняття загальноєвропейських рішень в цілому, та інтеграційних рішень, зокрема, адже це питання є надзвичайно важливим для євроінтеграційного курсу України.

Питання євроскептицизму в Європейському парламенті знайшло відображення в наукових працях польських і західноєвропейських

науковців. Так найбільш ґрунтовні дослідження з даної тематики проводились такими авторами як Ф. Хартлеб, А. Щербяк, П. Таггарт, Г. Бенедетто, П. Копецкі, К. Мюде. Втім, дана проблема недостатньо висвітлена в працях українських вчених і потребує більш детального дослідження.

Загалом, вибори до Європарламенту проводяться кожні 5 років, що дозволяє прослідкувати динаміку появи та популярності євроскептичних партій в різних країнах ЄС протягом останніх десятиліть.

174 — Першу євроскептичну фракцію в Європейському парламенті було сформовано в 1994 р. під назвою “Європа націй”. Фракція зайняла 19 парламентських місць з 576 та складалася з представників Данії, Франції і Нідерландів. Данію представляли 2 депутати від партії “Червневий рух” та 2 депутати від партії “Народний рух проти ЄС”. Партія “Червневий рух” була створена в серпні 1992 р. як євроскептична партія і отримала свою назву після проваленого в Данії референдуму по Маастрихтському договору у червні 1992 р. Зауважимо, що партія не виступала за вихід Данії з ЄС, а за вдосконалення та реформування організації. В той же час партія “Народний рух проти ЄС” проявила себе більше як “жорсткий” євроскептик, адже виступала за вихід країни із ЄС та реорганізацію його в Європейську вільну торгову асоціацію. Франція була представлена 13 депутатами від партії “Рух Франції”, яка активно виступала проти розширення ЄС в цілому та проти його ісламізації, зокрема. Окрім того, до фракції входили по 1 депутату від “Політичної реформаторської партії” та “Реформістської політичної ліги” Нідерландів, які виступали проти євроінтеграції з релігійних міркувань. Загалом, в програмі фракції зазначалось, що “Європа націй” виступає проти недемократичної та централізованої структури прийняття рішень, як це передбачено Маастрихтським договором та прагне створити Об’єднані штати Європи, які передбачали б рівноправну співпрацю між націями, регіонами та народами Європи. Фракція виступала проти вирішення всіх питань більшістю голосів, наголошуючи на рівних правах всіх народів [2].

В 1996 р. фракція переформатувалась у фракцію “Незалежні за Європу націй” та поповнились ще одним депутатом від англійської партії “Олстерські уніоністи”, які виступають проти вступу до єврозони, проти європейської конституції і розширення ЄС.

Втім, окрім офіційно оформленої євроскептичної фракції до Європарламенту 1994 р. скликання пройшли ще 28 представників ультралівих і комуністичних партій, які хоч офіційно і не називали себе євроскептиками, однак їх програми та дії прямо вказували на протилежне. В Європарламенті вони об'єднались у фракцію “Європейські об'єднанні ліві” та виступали з антиглобалістських позицій. Окрім того, 26 місць отримали представники національних консерваторів, тобто ультраправих партій, які виступали за захист національного суверенітету. Загалом, вибори 1994 р. привели до Європарламенту 74 євроскептично налаштованих депутатів, що склало близько 13% від загальної кількості депутатів.

Чергові вибори до Європарламенту 1999 р. не принесли значних змін до його складу. Основний сегмент євроскептиків так само склали представники комуністів, ультраправих та ультралівих сил і, власне, фракція євроскептиків – “Європа за демократію і різноманіття” [3], яка включала в себе представників Данії, Франції, Нідерландів, Великобританії та, пізніше, Польщі. Загальна кількість євроскептиків склала близько 14% від загальної кількості євродепутатів.

Незважаючи на масштабне розширення ЄС, вибори до Європарламенту 2004 р. також не змінили розстановки сил. Основу євроскептичної фракції “Незалежність і Демократія” [4] склали депутати від партії “Незалежність Великобританії” та “Ліга польських родин” (ЛПР). Перша виступала за вихід Великобританії з Європейського Союзу, припинення виплат в структурі ЄС, відмову від діючих договорів. Партія наголошувала на тому, що Великобританія сама здатна здійснювати економічну співпрацю з іншими європейськими країнами, не будучи при цьому членом ЄС. Програма партії “Ліга польських родин” базувалась на ідеях польського національного відродження. ЛПР виступала проти легалізації легких наркотиків, евтаназії та одностатевих шлюбів. Партія вважала, що об'єднана Європа певним чином загрожує незалежності Польщі і тому схвалювала ізоляціоністський курс. У програмі партії, зокрема, зазначалось: “Ми вважаємо державний суверенітет основою розвитку кожної держави. Всі спроби обмежити національну незалежність наднаціональними структурами неприйнятні для нас. Ми підтримуємо багатосторонню співпрацю між вільними суверенними державами, але з позицій поваги до

їх прав і свобод” [5, с. 227]. І хоча, загалом, фракція об’єднала 37 депутатів Великобританії, Чехії, Польщі, Данії, Греції, Нідерландів, Італії, Швеції, загальний відсоток євроскептиків по відношенню до загальної кількості депутатів залишився незмінним. Основні ідеї нової фракції також залишилися незмінними. Члени фракції виступали проти спільної конституції ЄС та Лісабонської угоди, активно критикували владні структури та прагнули децентралізувати ЄС.

Безпосередньою спадкоємицею європарламентської групи “Незалежність і Демократія” після парламентських виборів 2009 р. стала фракція “Європа за свободу і демократію” (Europe of Freedom and Democracy, EFD) [6]. Ця група депутатів об’єднує критиків ЄС, євроскептиків і єврореалістів. Основне завдання фракції – перешкода подальшим інтеграційним процесам, які шкодять суверенітету національних держав ЄС. Деякі її члени, особливо партія “Незалежності Великобританії”, виступають за повний вихід країни з Союзу. Розширення демократії та поліпшення прозорості механізмів функціонування всіх рівнів влади ЄС – одне з основних завдань парламентської групи, з якою її складові партії виходять на національні та загальноєвропейські вибори. Одразу після виборів фракція налічувала 35 членів з 9 різних країн: Данії, Греції, Франції, Словаччини, Фінляндії, Нідерландів, Великобританії, Італії, Литви. Лідерами групи були Найджел Фарадж (Партія незалежності Сполученого Королівства), відомий своєю публічною критикою вищих посадових осіб ЄС і Франческо Спероні (Ліга Півночі, Італія) [7].

Незважаючи на досить м’яку офіційну програму фракції, завдяки ЗМІ, за нею закріпився імідж радикальної і майже ультраправої групи. Так, критики європарламентського об’єднання називають членів фракції ісламофобами, гомофобами і ненависниками іммігрантів [8]. Політична програма політичної групи складається з наступних принципів:

- 1) Свобода і співробітництво народів різних держав. Кооперація між представниками різних держав може, на їх думку, лише позитивно позначитися на розвитку міжнародних відносин, якщо це не зачіпає суверенітету національних держав.

- 2) Затвердження демократії та повага до волі народу. Принцип демократії і суверенітету народу розуміється виключно як демократія в рамках національної держави, що не має піддаватись впливу ЄС.



3) Повага до європейської історії, традицій і культурних цінностей. “Народи і нації мають право захищати свої кордони і зміцнювати свої історичні, традиційні, релігійні та культурні цінності.

4) Повага до національної специфіки та національних інтересів в рамках ЄС. Це, на їх думку, має на увазі, що прийняття загальноєвропейської Конституції загострить існуючу антидемократичну і централізовану політичну структуру ЄС. Закон повинен мати юрисдикцію виключно на рівні національної держави.

До неформальних вимог групи, що її представники часто озвучують в інтерв'ю ЗМІ, належить відмова від створення єдиної європейської супердержави. Заохочення до відкритої, прозорої, демократичної, відповідальної співпраці серед суверенних європейських держав і відмову від створення єдиної держави. Втім, у всіх офіційних документах групи EFD відкидається ксенофобія, антисемітизм та інші форми дискримінації[9]. Найбільшу кількість місць в групі отримали парламентарі від польської партії “Самооборона”, яка має 56 місць у Сеймі і 6 депутатів у Європарламенті. Саме ці євроскептичні партії і фракції в Європарламенті гальмують прийняття єдиної європейської конституції, яка вперше була схвалена главами держав ще у червні 2004 р. і в жовтні того ж року в Римі була офіційно підписана. Проте процес ратифікації не виправдав очікування. Спочатку Франція, а згодом Нідерланди на референдумах проголосували проти Європейської конституції, що можна вважати однією з вагомих перемог євроскептиків. Відтоді почався новий період обговорень і дискусії з приводу нової конституції.

Як відомо, в 2007 році на саміті ЄС в Лісабоні вдалося досягти компромісу в питанні про конституційний договір ЄС. Він отримав нову назву “Лісабонський договір про внесення змін до Договору про Європейський союз та Договору про заснування Європейського співтовариства”, або скорочено Лісабонський договір і був остаточно ратифікований в 2009 році, хоча не без проблем. За цим договором сам Європейський парламент, включаючи опозиційні фракції, отримав більшу повноту влади, оскільки його вага як законодавчого органу прирівнювалась до ваги Європейської Ради. Він також отримав рівний статус з Радою щодо питань бюджету. Європарламенту було доручено обрання голови Єврокомісії (тоді як за нинішні попередніми нормами він тільки схвалював кандидатуру, висуну-

ту урядами країн-членів). Найнаполегливішими євроскептиками в групі залишаються Великобританія і Італія – кожна, зрозуміло, з власних причин. Представлений Лігою Півночі, італійський регіон Паданія, який претендує навіть на власну державність і незалежність від решти Італії, взагалі заперечує наддержавні структури, здатні чинити будь-який тиск на внутрішню політику регіону. Великобританія також не поспішає повністю “розчинятися” в європейському просторі, цьому заважають традиційні консервативні настрої всередині країни та історична пам’ять про велич Британської імперії. Члени парламентської групи активно беруть участь у парламентських дискусіях та дебатах, протидіючи як прийняттю нової конституції ЄС, так і фактичному посиленню ролі його інститутів.

178 — Ще однією парламентською групою євроскептиків є парламентська група “Європейські консерватори і реформісти” (European Conservatives and Reformists, ECR). Залишаючись формально євроскептичною, ECR, в той же час, виділяється своєю специфікою і більшою помірністю у порівнянні з групою “Європа за свободу і демократію”. Головною особливістю цієї фракції є їх “помірний” консерватизм, виражений у відкритому європейському антифедералізмі. Провідну роль у цьому об’єднанні також відіграють Великобританія і Польща. Перша представлена однією з найстаріших європейських партій – Консервативною партією (26 депутатів). Польща представлена відразу двома партіями: “Право і справедливість” (6 депутатів) і “Польща – понад усе” (пізніше – “Польща разом”) (3 депутати) і позапартійними депутатами. Дев’ятьма депутатами представлена в групі ще одна країна, у якій сильні позиції євроскептиків – Чехія, представлена Громадянською демократичною партією. Всі інші партії у фракції представляють по одному депутату. До пріоритетів фракції, сформульованих у т.зв. Празькій декларації, відносяться:

- свобода підприємництва, вільної і чесної торгівлі та конкуренції, мінімальне державне регулювання, зниження оподаткування;
- свобода особистості, більше особистої відповідальності і демократичної підзвітності;
- безперервне і чисте енергопостачання, забезпечення енергетичної безпеки;

- першорядне значення сім'ї як основи суспільства, заперечення одностатевих шлюбів;
- суверенна цілісність держави-нації, заперечення федералізації ЄС;
- ефективний контроль за імміграцією і негайне припинення зловживання процедурами надання притулку;
- припинення витрат на надмірно роздуту бюрократичну систему ЄС, забезпечення більшої прозорості та чесності інститутів ЄС та використання фондів ЄС;
- повага і рівноправне ставлення до всіх країн ЄС, як до нових, так і до старих, до великих і малих [10].

До євроскептиків в Європарламенті можна віднести також Європейських об'єднаних лівих/Ліво-зелені півночі [11], які займають 35 місць в парламенті. Відповідно до програми, фракція виступає за тотальну зміну європейських інституцій, спільний розвиток країн-членів, справедливу співпрацю та за припинення неоліберальної монетарної політики.

179

Загальна кількість євроскептиків в Європарламенті 2009 року склала близько 17%. Як бачимо, ця цифра дещо перевищує результати попередніх парламентських виборів, однак є недостатньою для ефективного впливу євроскептично налаштованих депутатів на загальноєвропейську політику.

За результатами аналізу діяльності євроскептиків в Європарламенті протягом останніх років дослідники виокремили 4 групи євроскептично налаштованих парламентарів:

1. Представники анти-ЄС, які повністю заперечують проект Європейської інтеграції;
2. Мінімалісти, які критикують певні аспекти діяльності ЄС;
3. Реформісти, які після критичної оцінки ситуації в ЄС, прагнуть провести ряд реформ для покращення ситуації;
4. Неактивні представники, які заперечують проект інтеграції, але співпрацюють з ним через брак альтернатив [12, с. 41].

При цьому варто наголосити, що представники анти-ЄС складають переважну меншість, саме тому антиєвропейська політика проводиться малоефективно. Дослідники називають ще декілька причин недостатнього впливу євроскептиків на діяльність Європарламенту та загальноєвропейську політику:

– євроскептики гетерогенні, розподілені на лівих і правих, що заважає їм діяти злагоджено;

– великі політичні групи не ідуть на компроміси з євроскептиками;  
– для формування фракцій євроскептикам доводиться об'єднуватись з партіями, які не розділяють євроскептичних міркувань;

– часто євроскептики відстоюють лише національні інтереси, забуваючи про важливість боротьби на загальноєвропейському рівні [13, с.131].

Отже, можна констатувати, що діяльність євроскептиків в Європарламенті важко назвати успішною, адже вони не в змозі зашкодити ані інтеграційним процесам, ані змінити інституційну структуру ЄС. Парадокс полягає ще й у тому, що євроскептики набирають голоси на виборах до структур, яким вони, власне протистоять та здійснюють свою діяльність, посідаючи місця в цих структурах. Втім, прогнози окремих експертів навіть не виключають сценарію, за яким вибори до Європарламенту 2014 р. можуть принести євроскептикам перемогу. Адже Європа поступово почала схилитись до націоналістичних поглядів і ліберали втрачають усталені позиції. У такому випадку євроскептики змогли б хоча б частково втілити свою політику і, в першу чергу, це стосуватиметься опозиції до розширення ЄС, а отже впливатиме і на євроінтеграційні наміри України. Усе це спонукає, на нашу думку, до більш поглибленого і всебічного вивчення проблем євроскептицизму в ЄС, особливо у контексті трагічних й карколомних подій у нашій державі останніх місяців.

180

#### Джерела та література:

1. Sommer T. In Europa erstarken die nationalistischen Parteien [Електронний ресурс] / Офіційний сайт газети Die Zeit. – Режим доступу: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2013-10/europa-ablehnung-wahl>

2. Europe of Nations [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: [https://web.archive.org/web/\\*/http://www.eusceptic.org/edn/](https://web.archive.org/web/*/http://www.eusceptic.org/edn/)

3. Group for a Europe of Democracies and Diversities [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: [http://www.europarl.europa.eu/groups/accounts\\_en.htm](http://www.europarl.europa.eu/groups/accounts_en.htm)

4. Alliance for a Europe of Democracies [Електронний ресурс] /

Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.eudemocrats.org/eud/content.php?id=17>

5. Szczerbiak A. Opposing Europe or Problematizing Europe? Euroscepticism and 'Eurorealism' in the Polish Party System / Aleks Szczerbiak // Opposing Europe? The Comparative Politics of Euroscepticism, 1. – Oxford & New York: Oxford University Press, 2008. – P. 221–243.

6. Europe of freedom and democracy [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.efdgroupp.eu/>

7. Alliance for Europe of Democracies [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.eudemocrats.org>

8. Phillips L. Ukip, Lega Nord form hard-right bloc in EU Parliament [Електронний ресурс] / Офіційний сайт електронного видання. – Режим доступу: <http://euobserver.com/9/28394>

9. Europe of Freedom and Democracy [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.efdgroupp.eu/> 181

10. European Conservatives and Reformists [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.ecrgroupp.eu/policy-prague.asp> —

11. Confederal Group of the European United Left/Nordic Green Left [Електронний ресурс] / Офіційний сайт фракції. – Режим доступу: <http://www.guengl.eu/>

12. Hartleb F. A thorn in the side of European elites. The new euroscepticism / Florian Hartleb. – Brüssel, 2011. – 63 p.

13. Benedetto G. Explaining the Failure of Euroscepticism in the European Parliament / Benedetto Giacomo // Opposing Europe? The Comparative Politics of Euroscepticism, 2. – Oxford & New York: Oxford University Press, 2008. – С. 127–151.

УКРАЇНА МІЖ ОБ'ЄДНАНОЮ ЄВРОПОЮ І РОСІЄЮ:  
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВІДНОСИН  
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ ДРУКОВАНИХ ЗМІ)

У статті проаналізовано дискусійні експертно-аналітичні оцінки з питань зовнішніх орієнтацій України у 2013-2014 роках. Особливе увагу приділено матеріалам зовнішньополітичної експертизи у провідних загальнополітичних виданнях. Зроблено висновок, що помірковані і достатньо об'єктивні оцінки щодо розвитку подій стосовно підписання договору про асоціацію з ЄС давалися експертами і оглядачами політичних тижневиків “Коментарі”, “Дзеркало тижня”, “Фокус”, а також щоденної газети “День”.

**Ключові слова:** Україна, ЄС, РФ, зовнішньополітична експертиза, друковані ЗМІ, відносини по лінії Схід-Захід.

182

В статье проанализированы дискуссионные экспертно-аналитические оценки по вопросам внешней политики Украины в 2013-2014 годах. Особое внимание уделено материалам внешнеполитической экспертизы в ведущих общеполитических изданиях. Сделан вывод, что умеренные и достаточно объективные оценки по развитию событий относительно подписания соглашения об ассоциации с ЕС давались экспертами и обозревателями политических еженедельников “Комментарии”, “Зеркало недели”, “Фокус”, а также ежедневной газеты “День”.

**Ключевые слова:** Украина, ЕС, РФ, внешнеполитическая экспертиза, печатные СМИ, отношения по линии Восток-Запад.

In the article there were analyzed the debatable expert and analytical assessments on the issues of foreign orientations of Ukrainian 2013-2014. The particular attention was paid to the materials of foreign policy expertise in the leading generally political editions. The conclusion has been made that the moderate and sufficiently objective assessments concerning the course of events of the signing of Association Agreement with the EU were provided by the expert sand observers of political weeklies “Komentari”, “Dzerkalo tyzhnya”, “Fokus”, and the daily newspaper “Den”.

**Keywords:** Ukraine, the EU, RF, foreign policy expertise, printed media, relations on the East-West line.

В нових геополітичних та геоекономічних умовах, які почали складатися у регіоні ЦСЄ в 2013-2014 роках усе більшого значення набувають проблеми цивілізаційного вибору, насамперед, для тих держав, котрі прагнуть відійти від традиційного комуністичного минулого і насправді заради більш стабільного й передбачуваного розвитку подолати протистояння по лінії Схід-Захід. Вказана проблематика є актуальною насамперед для сучасної України і вона знайшла відображення на сторінках якісних ЗМІ, у поточних політичних та більш глибоких експертних оцінках.

Тема запропонованої статті торкається вкрай важливих й дискусійних проблем відносин України з ЄС і Російською Федерацією у контексті суспільно-політичної кризи в нашій країні, викликаній насамперед відмовою президента В.Януковича підписати відому Угоду про асоціацію з ЄС на Вільнюському саміті восени минулого року. У центрі уваги експертні й аналітичні оцінки з цього приводу, котрі друкувалися на сторінках багатьох якісних ЗМІ.

183

Підкреслимо, що ця тематика не була предметом спеціальних досліджень вітчизняних науковців. Деякі важливі експертні оцінки, аналізуючи зусилля України з приводу укладення нової базової угоди з ЄС, подає сучасна дослідниця Т.В. Сидорук [1, с.216-237], яка також відзначає необхідність значного посилення “трансформативної сили” ЄС у регіоні Східної Європи. У дисертаційному дослідженні Т.В. Андрющенко зазначається, що намагання України досягти рівня “центрів випереджального розвитку” (Західного, Північноатлантичного і, частково, Далекосхідного) наштовхується на ряд перешкод і модель поведінки України полягатиме у поступовій орієнтації на кращі європейські і світові взірці [2]. Окремі аспекти експертної та громадської думки у контексті налагодження Україною продуктивних взаємин із сусідніми державами у регіоні ЦСЄ дослідив вітчизняний дослідник П.П.Черник [3]. В цілому ж можна констатувати, що однією з провідних тем відзначених досліджень була і залишається сьогодні проблема формування сприятливого міжнародного середовища для здійснення завдань державного будівництва України та відображення цих процесів у ЗМІ та у громадській думці.

Метою даної статті є аналіз дискусійних експертно-аналітичних оцінок з питань зовнішніх орієнтацій України у 2013-2014 роках. Осо-

блыве значення при цьому мають матеріали зовнішньополітичної експертизи у таких тижневиках як “Коментарі”, “Дзеркало тижня”, “Фокус, а також щоденної газети “День”.

184 — Переходячи до викладу основного матеріалу, зупинимось на-самперед на передумовах, котрі склалися напередодні саміту у Вільнюсі і чинниках, котрі не сприяли підписанню Україною договору про асоціацію з ЄС. Як зазначає більшість експертів виконання сформульованих Радою ЄС ще в грудні 2012 р. вимог до України й уточнених дещо пізніше (т.зв. список Фюле) фактично зволікалося українською владою. Відтоді, як зазначає у спеціальному аналітико-прогностичному спільному випуску “Українського тижня” з журналом “The Economist”, аналітик Л.Александров, більшу частину 2013 р. українська влада активно демонструвала, “хоча радше імітувала” їх виконання. Зокрема були внесені половинчасті зміни до українського законодавства, а також звільнено частину жертв вибіркового правосуддя. Водночас затягування владою з виконанням умов постійно породжувало сумніви щодо мотивів поведінки В.Януковича у контексті подібної “псевдоінтеграції”. Аналітик припускає і такий варіант: чи не було усе це “лише грою на нервах Путіна”, щоб змусити його до більших поступок, приміром, у вигляді багатомільярдних кредитів та зменшення ціни на газ в обмін “на відмову від Угоди про асоціацію з ЄС” [4, с.126]. В такій ситуації про продовження якихось суттєвих соціально-економічних реформ вряд чи можна було вести мову. Не випадково, аналізуючи суспільно-політичну ситуацію останніх місяців президентства В.Януковича, відомий американський експерт з посткомуністичних трансформацій Андерс Аслунд підкреслив: “Можна стверджувати, що президентство Януковича з погляду реформ вже закінчилося. Нині йдеться тільки про його виживання та утримання біля керма” [5, с.25]. Наведемо у зв’язку з цим слова тодішнього міністра юстиції О.Лавриновича, який зауважив таке: вже “за рік до непідписання угоди було видно, що питання євроінтеграції перестало бути реальним напрямком державної політики. Як це реалізується, було лише питання часу” [6].

Інший аналітик Олександр Крамар, у спільному українсько-британському аналітичному щорічнику, зауважив щодо двох можливих сценаріїв у разі поразки чи перемоги Євромайдану. У разі поразки проєвропейського руху нас очікують “екстремальні варіанти



утримання влади у 2015 році”, а також “посилення залежності від Росії та ізоляцію від Заходу”. У разі ж розгортання іншого, на початках позитивного сценарію, Росія, на думку аналітика, “може інспірувати сепаратистські виступи в деяких південно-східних регіонах (щонайменше в Криму та Севастополі)”, а також намагатися дестабілізувати ситуацію у решті прикордонних регіонів з “подальшим розігруванням придністровсько-абхазького сценарію” [7, с.125].

Цікаво, що напередодні саміту у Вільнюсі (листопад 2013 р.) відомий політичний експерт Д.Видрін, який останні роки був близький до президента В.Януковича, дав протилежний – досить оптимістичний прогноз щодо можливого підписання Україною Угоди про Асоціацію. На запитання кореспондента “Вести. Репортер” (яке, до речі, вирізнялося більш проросійськими симпатіями), чим все-таки завершиться саміт у Вільнюсі, експерт відповів: “Обміном дорогими авторучками, якими підпишуть Асоціацію з ЄС, і початком довгої, дуже довгої дороги у Європу” [8, с.12]. Так і сталося, але вже з іншим президентом України.

185

Зазначимо, що тоді спостерігалися й “половинчасті” сценарії розвитку подій. Ще в жовтні 2013 року дехто з експертів й політичних оглядачів виступав з прогнозами про можливість “часткового” укладення Асоціації з ЄС. Вважалося навіть, що недовершена асоціація – це своєрідна “золота карта” для діючого президента. За таким сценарієм у дію б вступала насамперед економічна частина Угоди з ЄС, а політична, де передбачалося дійсно суттєве зближення з ЄС (боротьба з корупцією, свобода слова, робота спільних політичних інститутів) з огляду на необхідність її ратифікації 28-ма країнами ЄС відкладалася б у “довгу шуфляду” [9, с.18].

Досить велика кількість публікацій у ЗМІ у такому контексті була присвячена розвитку відносин України з РФ. У цікавій й місткій за змістом й експертними оцінками невеликій статті політичного оглядача журналу “Фокус” Василя Кнайпи, присвяченій розвитку взаємин між РФ і Україною восени 2013 і у середньостроковій перспективі, зокрема відзначався новий/старий тренд розвитку двосторонніх відносин, коли “Росія знову допомагає Україні”. Це стало можливим після “напівтаємних зустрічей” президентів В.Януковича і В.Путіна, які відбулися 27 жовтня і 9 листопада. Однак, незважаючи на певні економічні преференції й головне – кре-

дит у 15 млрд. доларів, з точки зору далекосяжних вигод, на думку експерта, Україна вряд чи виграє. Адже, до прикладу, у випадку розподілу (спільної експлуатації вітчизняної ГТС), РФ й надалі продовжуватиме будівництво Південного потоку в обхід України. Таким чином, українська сторона залишається “у ситуації цугцванга” – адже і відмова, і згода віддати РФ половину “труби” однаково призведуть у перспективі до “втрати сенсу існування цієї ГТС як такої” [10, с.8].

186 — Автор констатував також, що можлива “втеча України на Захід” спроможна значно скоротити час створення в сусідній Росії промислових потужностей у тих сферах, де вона залежить від України. Ідеться про виробництво деяких металевих труб, вертолїтних двигунів тощо. І, цілком зрозуміло, що у Москві виходять з тієї логіки, що конкурент має бути витіснений з подібних ринків. Росія не зацікавлена, на думку В.Кнайпи, не тільки розвивати український енерготранзит, але й потуги машинобудування, агропромислового комплексу, а також авіаційної та космічної сфери. Отже, загальний висновок експерта: РФ покращає відносини з Україною з тим, щоби “відбудувавши” власні потужності, “різко погіршити їх” і у відносинах по лінії Київ – Москва згодом залишаться у переважній частці галузей лише “закони конкуренції” [10, с.8].

Однією з проблемних тем у відносинах України “зі Сходом і Заходом” була і залишається проблема “вивільнення від газових кайданів” Росії. І тут знову погляд офіційного Києва повертається у бік західних партнерів: багато хто з експертів і політиків сподіваються на вирішення питання за рахунок реверсних поставок. Оглядач тижневика “Коментарі” Вікторія Пода пише, посиляючись на офіційних осіб, що саме реверсні поставки з Польщі, Словаччини, Угорщини та інших країн ЄС “найближчим часом можуть покрити сто відсотків потреб в блакитному паливі”, зрозуміло, з врахуванням власного видобутку. Лідер БЮТ Ю.Тимошенко подала не такий оптимістичний прогноз: на її думку таке можливе лише у 2020 році [11, с.15].

Як зазначає В.Пода, мало хто пам’ятає, але ще 40 років тому Україна сама видобувала по 68,7 млрд. куб. метрів газу щорічно. Однак наприкінці 1970-х цей показник почав знижуватись. Причин було дві. По-перше, вичерпувалися вже відкриті родовища. По-друге, саме тоді значно скоротилися обсяги геологорозвідувальних

робіт, оскільки всі кошти було кинуте на освоєння родовищ у Західному Сибіру [11, с.15].

Варто зрозуміти, що одним з факторів, який серйозно вплинув на те, що Янукович та його найближче оточення самі намагалися вийти на прямі стосунки з “Газпромом”, була поразка в боротьбі за владу й комерційні впливи політиків “газової групи”. Першим з неї, хто опинився у Лондоні був Валерій Хорошковський, потім відставка у січні 2014 р. іншого члена угруповання С.Львовочкина. Звісно, Д.Фірташ не міг одноосібно виконувати роль комунікатора від тодішньої української влади з Кремлем. Цікаво відзначити, що Фірташ й очолювана ним кампанія Group DF давно взяли курс на Захід. Показово також і те, що більшість бенефіціарних акціонерів GDF зосередились саме у Великобританії. Там, як зазначає в одному з експертних матеріалів тижневика “Коментарі” Іван Петров, мешкає один з головних західних партнерів Д.Фірташа – виконавчий директор GDF Роберт Шетлер Джонс [12, с.3].

Фактично і на 2014 рік в енергетичній сфері планувалася “дво-187  
векторна” політична лінія: як член Енергетичного співтовариства, за словами тодішнього міністра енергетики та вугільної промисловості Е. Ставицького, Україна робитиме кроки для “оновлення договору”, добиваючись при цьому “рівних можливостей” у використанні інструментів ЄС для досягнення спільних цілей. З іншого боку, продовжуватиметься курс України, як головної в СНД, на зміцнення співробітництва у галузі енергетики, зокрема на укладення угоди щодо “вільного доступу до трубопровідного транспорту” [13, с.16].

Останнім часом у ЗМІ і в експертному середовищі усе частіше дебатуються тема реверсних поставок газу в Україну з території сусідніх держав Центральної Європи – Польщі, Угорщини, Словаччини. Угорщина, як відомо, під тиском Кремля відмовилася від реверсу газу. Особливу надію в Україні покладають на Словаччину, хоча переговори щодо реверсу газу в Україну продовжуються вже 4-й рік. Усього Словаччина може закачувати у наші газосховища до 30 млрд. кубометрів на рік. Для порівняння Польща – лише 1,5 млрд. кубометрів. Цікаво також відзначити, що загальна ємність газосховищ 28 країн Європи складає близько 80 млрд. кубометрів. Як зазначає у своєму експертному матеріалі Алла Єрьоменко, одним з головних питань залишається проблема прямого контакту

операторів двох країн – компанії Eustream (Словаччина) та “Укртрансгаз”. Складність у тому, що Eustream тільки на 51% належить уряду Словаччини, а решту – 49% акцій, як завзято стверджують на ринку, опосередковано належить усе тому ж “Газпрому”. І ця обставина у підсумку не дозволяє операторам ГТС обох країн “укласти пряму взаємовигідну угоду” [14, с.8]. Важливим є ще один фактор про який пишуть оглядачі у контексті газових взаємин РФ і України. Як підкреслює Г.Простаков тижневику “Вести. Репортер”, забезпечення України мінімально необхідним об’ємом газу – в інтересах Росії. Адже на газових переговорах завжди присутній “кримський фактор”. В українському Міненерго дають зрозуміти: у випадку нехватки палива “у першу чергу буде відключено Крим” [15, с.27].

188 — Проблематика економічного співробітництва по лінії Схід–Захід так чи інакше вписуються у більш широке коло питань сучасної взаємодії України з провідними державами на світовій арені. У центрі уваги політиків в рамках конфлікту Заходу (США і ЄС) і Росії щодо України усі головні актори намагаються поставити певні обмежувачі щодо її можливого “оновленого” геополітичного статусу. Так, наприклад, експерт з питань міжнародної політики Сергій Толстов, вважає, що мова може іти про позаблоковий статус України і про нерозміщення “військових об’єктів на її території”. На певному етапі може постати і питання “інтернаціоналізації статусу України”, визнання її нейтралітету [16, с.5]. Взагалі-то деякі експерти вважають, що Україну навіть очікує доля нейтральної Фінляндії, яку та відіграла у роки холодної війни. Серед американських експертів, до прикладу, немає однастайності щодо майбутнього України: висловлюються дві протилежні думки із врахуванням російського фактору. Одні аналітики вважають, що Україну можна “зберегти у кордонах 17 березня 2014-го”. Інші ж виходять із того, що “Крим для України втрачено назавжди”, і головна мета – зупинити сепаратизм на південному сході країни. В цілому ж, позиція американської еліти з українського питання орієнтована на відсутність конфронтації з Росією щодо вступу України в НАТО і схиляється до моделі “фінляндизації України”. Нагадаємо ще раз: свого часу фінська “політика моста” між Заходом і СРСР допомогла зберегти територіальний і економічний суверенітет Фінляндії [17, с.6].

Ключовими геополітичними інтересами Вашингтону у глобальному контексті залишаються два (якщо ідеться насамперед про енергетичну складову): вирвати Україну з-під впливу Росії і повернутися знов до питання Сирії, через яку забезпечується транзит газу з країн Затоки до ЄС. Не будемо забувати, зазначає в одному з експертних матеріалів, що в Східній Європі (і в Україні) розпочато і буде надалі розширюватись видобуток газу зі сланцевих порід. Причому сьогодні сланцеву нафту розпочала добувати навіть Японія [18, с.6].

Стосовно ж Європи, то можна констатувати: багато що змінилося в її традиційних векторах з часів холодної війни. Наступив момент, коли, як відверто пише З.Бжезинський, усі європейські країни “ухиляються від серйозних зобов'язань” навіть у рамках НАТО. Більш того, на його думку, особливі відносини між Німеччиною і Росією здатні стерти кордони “Європи цілісної та вільної”. У таких відносинах насамперед зацікавлена німецька ділова верхівка (а також італійська і деяких інших країн), увага яких “прикута до комерційних перспектив Росії, яка перебуває на етапі модернізації” [19, с.103]. Отже, Європа сьогодні зіткнулася з набагато глибшим геостратегічним поділом, де значну роль відіграють комерційні чинники, а не тільки суто геополітичні фактори. Як зазначають автори солідного видання з проблематики сучасного етапу розвитку міжнародної системи, сьогодні народжуються “нові формати регулювання міжнародного середовища”, котрі змінюються у контексті багаторівневих глобальних й регіональних вимірів [20, с. 247].

Газета “День”, систематично подаючи позиції зарубіжної преси, висловлювала сподівання на більш помірковану й адекватну позицію провідних геополітичних акторів в українському питанні. Зокрема посилалися на британську газету “The Independent”. На шпальтах цього видання відзначалося, що стабільність України може бути забезпечена за умови, “якщо Росія, Європа та США співпрацюватимуть, а не розглядатимуть цю країну як приз”. Більш того, тут висловлювалась думка, що, будучи обережним політиком, президент Обама “не демонструє ніякого бажання починати протистояння з Москвою”. Так само міркують і країни Європи, розробляючи пакет економічної допомоги Україні. І в “ідеальному варіанті перебігу подій Росія візьме участь у цьому процесі”. Підсумок аналітичного прогнозу такий: “Ніхто не знає, як

---

закінчиться ця криза. Але навіть у цей складний момент Україна може стати мостом між Сходом і Заходом ” [21, с.3]. Однак криза і внутрішньополітична, і у зовнішніх стосунках значно поглибилася, незважаючи на те, що протягом 2013-го року “ЄС та Росія намагалися зробити все, щоб Янукович таки відмовився від балансування та визначився з напрямком інтеграції” [4, с.126].

Говорячи про євразійський вектор інтеграції України, посол США в Україні Джефрі Пайетт в інтерв'ю газеті “День” висловив своє здивування з приводу того факту, що саме в Україні, де, звичай, Росія “має так багато впливу м'якої сили, Кремль припустився лише до використання своєї жорсткої сили” [22, с.4]. Події, які наступили за Євромайданом, суттєво змінили налаштування громадської думки стосовно європейських перспектив України. За результатами соціологічного опитування Інституту Горшеніна, проведеного у травні цього року, 59,7% респондентів вважають, що Україна повинна рухатися в напрямку інтеграції з ЄС. Водночас, лише 18,8% українців виступили за інтеграцію з Митним союзом [23].

Разом з тим, деякі американські експерти підкреслюють, що необхідно дотримуватись виваженої позиції в українському питанні. Як зауважив один з відомих американських зовнішньополітичних аналітиків, професор Колумбійського університету Роберт Леввольд, сучасна тактика США (і Заходу в цілому) відносно кризи у Східній Європі з приводу України, а також в інших можливих кризових ситуаціях повинна бути такою. США та їх європейські союзники мають концентрувати увагу на тому, як вплинути на вибір Росії через формування подій, а не через намагання змінити світогляд Кремля. Вашингтону спільно з Брюсселем слід надати Україні ту економічну допомогу, яку вона потребує. Зрозуміло, за умови реальних кроків до виправлення корумпованої політичної системи.

Отже, підводячи підсумки викладеному у статті матеріалу, зазначимо, що внутрішні проблеми, які змушена вирішувати сьогодні Україна (і не тільки політики, а вся громада) є складними й багатоплановими. Можна констатувати також, що на інформаційному рівні у досліджуваній період все-таки домінуючими були “проєвропейські” експертні оцінки й політичні коментарі у проаналізованих ЗМІ. Помірковані і достатньо об'єктивні оцінки

щодо розвитку подій стосовно підписання договору про асоціацію з ЄС давалися експертами і оглядачами політичних тижневиків “Коментарі”, “Дзеркало тижня”, “Фокус”, а також щоденної газети “День”. Проте, традиційно більш радикальну позицію щодо “євразійського вектору” зовнішньої політики України займав “Український тиждень”. Відзначимо і те, що проблематика відносин насамперед між ЄС, США, Росією і Україною не втратить актуальність як на регіональному, так і глобальному рівнях.

### Джерела та література:

1. Сидорук Т.В. Політика сусідства Європейського Союзу у Східній Європі: модель інтеграції без членства: монографія. – Львів:ПАІС, 2012. – 444 с.

2. Андрущенко Т.В. Політико-аксіологічні детермінанти цивілізаційного розвитку / Тетяна Вікторівна Андрущенко / Автореф. дис. доктора політ. наук за спец. 23.00.01 – теорія та історія політичної науки. – Чернівці, 2012. – 36 с.

3. Черник П.П. Геополітичне положення України в Центральній Східній Європі / Петро Петрович Черник / Автореф. дис. канд. політ. наук за спец. 23.00.04 – політичні проблеми міжнародних систем та глобального розвитку. – Львів, 2008. – 23 с.

4. Александров Л. (Не)залежна Україна // Світ у 2014. Український випуск. – К., 2014. – С.126-127.

5. Аслунд А., Пагіря О.: “Президентство Януковича вже закінчилося з погляду реформ ” / Андерс Аслунд // Український тиждень. – 2013. – 24-30 травня. – С.24-25.

6. Лавринович О.: “Янукович відмовився від євроінтеграції ще за рік до не підписання Угоди про асоціацію з ЄС” // [http://lb.ua/news/2014/07/23/273722\\_lavrinovich.html](http://lb.ua/news/2014/07/23/273722_lavrinovich.html)

7. Крамар О. Під знаком вибору // Світ у 2014. Український випуск. – 2014. – С.123-125.

8. Коновалов А. 7 вопросов политологу Дмитрию Выдрину о перспективах Ассоциации с ЕС // Вести. Репортер. – 2013.– 15-21 ноября. – №12. – С.12.

9. Опока Ю. Половинчатая ассоциация / Юрий Опока // Фокус. – 2013.– 25 октября. – С.18.

10. Кнайпа В. Дружба с поглощением / В. Кнайпа // Фокус. –2014. – 10 января.

---

11. Пода В. Сорок років на газовій голці / Вікторія Пода // Коментарі. – 2014. – 4 квітня.

12. Петров И. Последняя игра “газовиков” / Иван Петров // Коментарии. – 2014. – 24 января.

13. Украина 2014. Планы страны на год (Э.Ставицкий) / Коментарии. – 2014. – 24 января. – С.14-25.

14. Єрмоєнко А. Словацький реверс / Алла Єрмоєнко / Дзеркало тижня. – 2014. – 26 квітня.

15. Простаков Г. Энергетика как второй фронт. Проблема обеспечения Украины газом стала проблемой Евросоюза / Глеб Простаков // Вести. Репортер. – 2014. – 3-9 октября. – С.26-27.

16. Толстов С. Клуб експертів / Сергій Толстов // Коментарі. – 2014. – 13 червня.

17. Форостовець С. Обама не проти перетворити Київ на Гельсінкі / Стас Форостовець // Коментарі. – 2014. – 13 червня.

192 Михайленко М. Українська криза отвережує США / Максим Михайленко // Коментарі. – 2014. – 9 травня. – С.6-7.

— 19. Бжезинський З. Стратегічне бачення: Америка і криза глобальної влади. – Львів: Літопис, 2012.– 168 с.

20. Мегатренды. Основные траектории эволюции мирового порядка в XXI веке. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 448 с.

21. Україні потрібні радикальні реформи. Зарубіжні ЗМІ про нові українські власті, вплив Росії та про Майдан // День.–2014.– 27 лютого.

22. Джеффри Пайетт: США не рассматривают Украину как какой-то приз в игре между Вашингтоном, Москвой, Брюсселем (интервью газете “День”) // День. – 2014. – 25-26 июля. – С.4-5.

23. Украина и ЕС подписали экономическую часть ассоциации //Gorshenin weekly. – Вып. 24. – 2014 – 30 июня // <http://institute.gorshenin.ua/media/uploads/087/10/53b5690d59eb3.pdf>



## РОЛЬ ЕПІСТЕМІЧНИХ СПІЛЬНОТ В ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджується феномен епістемічних спільнот – особливої форми інтелектуальної участі громадян в управлінні суспільними процесами. Визначаються характер і методи впливу наукової еліти на політичні, економічні та соціальні програми. Автор розкриває історію становлення ідеї епістемічних груп, виокремлює специфіку їх діяльності.

**Ключові слова:** епістемічні спільноти, мережеві структури, еліта знань, когнітивні актори, незалежна експертно-аналітична підтримка.

В статье исследовано феномен эпистемических сообществ – особой формы интеллектуального участия граждан в управлении общественными процессами. Определяются характер и методы воздействия научной элиты на политические, экономические и социальные программы. Автор раскрывает историю становления идеи эпистемических групп, выделяет специфику их деятельности.

**Ключевые слова:** эпистемические сообщества, сетевые структуры, элита знаний, когнитивные акторы, независимая экспертно-аналитическая поддержка.

*Epistemic communities are the networks of highly competent researchers, who share a common set of norms and beliefs and who claim to influence upon state policy. They have recently become an important social and scientific issue. The following article describes origins, specific features and structure of epistemic communities, gives analyses of their functions and capability.*

**Keywords:** epistemic communities, network organization, knowledge elite, cognitive actors, non-governmental political expertise.

Досягнення суспільної стабільності на засадах відкритого демократичного розвитку виступає центральним завданням для керівництва багатьох держав, запорукою плавного, планомірного і прогнозованого прогресу. Важливим індикатором успішності програм у даній сфері є рівень залучення громадян до участі у

формуванні політичного, економічного, соціального порядку денного, свобода артикуляції базових проблем та шляхів їх вирішення.

Протягом ХХ століття, із бурхливим розквітом різноманітних форм участі представників громадянського суспільства у державотворчих процесах, виникла ціла низка засобів впливу на трансформацію політики держави. Серед них переважають більш опосередковані, м'які методи: інкорпорування концептуальних програм у державну практику шляхом залучення потенціалу недержавних організацій, зміна економічних програм уряду за пропозицією транснаціональних корпорацій, завуальоване лобювання інтересів релігійних громад, меншин тощо. Характерною рисою такого впливу виступає його певна вузькість, зосередження на вирішенні конкретних, специфічних питань, важливих для конкретних груп населення. Така форма участі громадян позбавлена серйозного наукового підґрунтя, їй бракує масштабного аналізу можливих проблем, вона не здатна виявити альтернативи розвитку подій та сформулювати бачення перспектив. Більше того, на тлі глобальних зрушень, появи нових викликів і «стрибкоподібності» соціально-культурних трансформацій подібні види суспільної активності поступово втрачають свою актуальність. Розпочинається пошук альтернатив. Особливе місце серед них посідає ідея участі провідних науковців у державному управлінні. Вона отримала своє практичне втілення у вигляді функціонування так званих «епістемічних спільнот».

Важливість даної теми знайшла своє відображення у працях авторитетних вчених – Дж. Раггі, П. Хааса, Е. Адлера, Дж. Келлі та інших. Вони як представники західної політичної думки здійснили важливий внесок у висвітлення проблеми епістемічних спільнот, вивели її на якісно новий рівень аналізу. Концептуальні ж основи діяльності таких груп – когнітивні – зустрічаються у роботах всевітньо відомих філософів науки – Т. Куна та М. Фуко, які зосередилися, передусім, на фундаментальних засадах проблем генерування нового мислення.

В сучасній українській історіографії та політичній думці фактично відсутні праці, в яких би належним чином розглядалися проблеми епістемічних спільнот. Водночас, дискусійність даної проблеми, зокрема у державах із перехідною економікою і нестабільною соціальною системою, стимулювала появу низки праць російських вчених (А. Макаричева, О. Русакової, Є. Івахненка). У них автори

досліджують проблеми співробітництва держави і громадянського суспільства, ролі наукових кіл у процесах конструювання нової політичної реальності.

Мета даної статті полягає у висвітленні відносно нового соціального феномену – формуючого впливу на суспільні процеси з боку представників інтелектуальної еліти.

Загалом, кристалізація концепції «епістемічних спільнот» припадає на 60-80-ті роки ХХ століття. Саме у цей період у західній філософській та політичній думці створюється вдале підґрунтя для розвитку ідей науково обґрунтованої поведінки державних структур, раціонального вибору громадян, участі незалежних експертів у соціальних процесах тощо. Цілий ряд авторитетних мислителів активно обговорює проблеми філософії науки, виводить на якісно новий рівень аналізу такі фундаментальні концепти як «парадигма», «дискурс», «епістема».

Як відомо, Томас Кун, всесвітньо визнаний теоретик у сфері аналітичної філософії, у програмній праці «Структура наукових революцій» ставить питання «парадигми» – історично обумовленої системи поглядів, цінностей та методів трактування реальності, які поділяються членами певної групи. На його думку, саме кардинальна, «стрибокподібна» зміна парадигми, в основі якої може бути певне важливе відкриття, яке започатковує наукову революцію, котра, у свою чергу, здатна вивести суспільство на якісно новий щабель [2]. Ідеї Куна стали сенсацією у наукових колах, вплинули також і на європейських науковців. Мішель Фуко, один із найвпливовіших дослідників соціальної сфери, спробував їх розвинути далі й зосередився на проблемі «дискурсу». Згідно Фуко, дискурс (у його максимально спрощеному трактуванні) – це рафінований, науковий діалог, певний комунікативний феномен, що виступає важливим механізмом «самоідентифікації» вчених [11]. Теоретичні конструкти Куна та Фуко, а також деяких інших дослідників, були підтримані багатьма тогочасними філософами та науковцями. Дискусії із проблем пізнання, участі науки у соціальних процесах зробили пріоритетним питання «епістемі», тобто «знання», в його загально-теоретичному та конкретно-прикладному значеннях, яке також розглядається невід’ємно від існуючих історичних умов.

Звичайно, наукове знання не виступає чимось новим для філософської думки. Воно завжди було «наріжним каменем» для

провідних мислителів, центром теоретичних побудов філософів Античності, Нового часу і сучасності. Однак завдяки активному широкомасштабному обговоренню, у 60–80-ті роки ХХ століття «знання» й «епістема» перестали розглядатися виключно як метод досягнення істини і перетворилися на спосіб усвідомлення соціальної реальності. Більше того, вони отримали певну «суб'єктність», уособлення і, в результаті, знайшли своє відображення у вигляді мережевого поєднання груп вчених, філософів, експертів.

Одна з ключових праць, присвячених таким структурам, належить відомому теоретику міжнародних відносин, політологу Джону Раггі. У своїй роботі «Міжнародна реакція на технології» він вперше використав термін «епістемічні спільноти» (epistemic communities), і визначив їх в якості «сукупності ролей», які грають взаємопов'язані особистості, зібрані навколо «епістем», що впливають на конструювання їхнього світосприйняття [16, с. 570]. Стаття Дж. Раггі, розміщена в одному із найавторитетніших видань – журналі «Міжнародна організація» – відіграла надзвичайно важливу роль в «легітимізації» та інкорпоруванні ідеї «епістемічних спільнот» у тогочасну наукову практику.

Однак, незважаючи на досить високу зацікавленість у даній концепції представників академічних кіл та політичного бомонду, їй не вдалося закріпитися в науковому дискурсі та практичній площині; врешті-решт епістемічні спільноти стали предметом досліджень відносно невеликої групи дослідників (Б. Холзнер і Д. Маркс, Л. Флек, М. Полан'ї тощо).

Нове відродження теорії «епістемічних спільнот» відбулося наприкінці 80-х – початку 90-х років ХХ століття завдяки роботам Пітера Хааса. Американський політолог цілком заслужено став автором одних із найбільш цитованих праць, присвячених даному соціальному феномену. Він глибоко розвинув ідеї своїх попередників, у тому числі й Джона Раггі (що був колегою батька Хааса, відомого експерта-міжнародника Ернста Хааса), надав найбільш адекватне визначення «епістемічних спільнот», описав особливості їх становлення та діяльності. Хаас також визначив рамки їхнього впливу, зокрема, щодо захисту від екологічних забруднень [12, 13]. Окрім цього, він виокремив критерії, якими мають володіти певні форми інтелектуальної організації суспільства, щоб бути віднесеними до складу таких груп.

Отже, згідно П. Хааса, епістемічні спільноти – це мережа професіоналів, які володіють високим рівнем знань у певній сфері, визнаною компетенцією та авторитетом, а також бажанням втілити свої знання у вигляді конкретної державної програми [13, с. 3]. Таке визначення, на наш погляд, дає поштовх в зміні інтерпретації роботи науковця: так, вчені (або ж експерти) не повинні обмежуватися у своїй діяльності виключно прагненням лише до одержання нових знань. Радше, вони вже стають здатними виводити свої унікальні колективні знання на рівень реалізації суспільно важливих політичних та економічних рішень.

Невід’ємними ознаками епістемічних структур, за Хаасом, виступають такі:

1) універсальний комплекс норм та вірувань, які забезпечують ціннісно-орієнтоване обґрунтування соціальної активності членів групи;

2) спільне розуміння проблеми, яке виникає в результаті дослідження центрального комплексу питань, і яке виступає основою для поєднання певних практичних дій із бажаними результатами;

3) беззастережне прагнення до достовірності – тобто міжсуб’єктних, внутрішньо визначених критеріїв для оцінки знань;

4) колективне просування рішень – система практичних дій, необхідних для реалізації знань, кінцевим результатом якої має стати покращення життя соціуму [13 с. 3].

Епістемічні спільноти стають важливими акторами також у сучасній «економіці знань». Водночас, виникає проблема визначення фундаменту появи таких структур, основ взаємодії науковців, спроможних проводити високоякісні, прогресивні дослідження, володіти високим рівнем довіри й авторитету, а також здатними підключати певні зв’язки та навички для реалізації власних програм.

Більшість дослідників погоджується, що передумовою виникнення епістемічних груп може бути успішна діяльність так званих «невидимих коледжів („колегіумів“») – «Invisible College». Цей термін був вперше застосований до групи англійських вчених другої половини XVII століття, які сприяли створенню Лондонського королівського товариства. Це найстаріше діюче наукове товариство в світі виконує функції британської Академії наук. Але су-

часне трактування «невидимого коледжу» дещо інше: так, за визначенням Дерека де С. Прайса, одного з перших сучасних дослідників даного феномену, «невидимий коледж» являє собою «елітарні групи найвпливовіших, взаємодіючих та продуктивних науковців з географічно віддалених закладів, які обмінюються інформацією задля оцінювання та покращення стану досліджень певної сфери» [Цит. за 18, с. 153]. Іншими словами, це низка неструктурованих, неформальних зв'язків між провідними висококваліфікованими вченими, об'єднаних досягненням спільної мети дослідження або просто сферою наукових інтересів. Згідно Прайса, їх взаємодія може відбуватися в різних формах, як у вигляді участі в неформальних зібраннях, часом і на фешенебельних курортах, так і шляхом обміну неопублікованими роботами, дослідженнями, будь-якою іншою інформацією тощо.

198 — Існування таких структур у суспільстві, на нашу думку, сигналізує про здорову, конкурентоздатну атмосферу в наукових колах. Кваліфікована дискусія та вільний обмін інформацією із колегами, в тому числі й іноземними, сприяє верифікації даних, розширенню об'єктів дослідження; спілкування, не обмежене рамками офіційних конференцій та позбавлене регламентування з боку офіційних органів, зазвичай, сприяє встановленню важливих неформальних контактів. Саме такі зв'язки між науковцями, які об'єднуються з метою дослідження певної важливої наукової чи практичної проблеми, і сприяють створенню епістемічних товариств. Класичним прикладом подібної трансформації вважається Пагоушський рух як приклад неформальних міжнародних самітів найавторитетніших вчених.

Як відомо, цей рух отримав назву від першого зібрання експертів, що відбулося у канадському містечку Пагоуш в 1957 році. Воно відбулося за ініціативи А. Ейнштейна, Б. Рассела, Ф. Жоліо-Кюрі, Л. Полінга та ін. В першій конференції брали участь 22 вчених (передусім, фізиків-ядерщиків) з таких країн як США, СРСР, Австралія, Японія, Велика Британія тощо [6]. Під час зустрічі, у ході обговорення проблем розвитку та розповсюдження засобів масового знищення, було розроблене концептуальне обґрунтування заборони застосування ядерної зброї або ж, принаймні, ставлення до неї виключно як до інструменту стримування. Ці ідеї, розроблені без безпосередньої участі політиків, були згодом включені до

офіційних стратегій США та СРСР і докорінно змінили військові парадигми наддержав.

Після успіху першої конференції неформальні зустрічі вчених в рамках Пагуошського руху стали проходити регулярно; внесок науковців у справі мирного регулювання проблем безпеки отримав заслужене визнання з боку Нобелівського комітету (1995 рік).

Емануель Адлер, один із найавторитетніших фахівців у сфері міжнародних відносин, аналізуючи роль та місце Пагуошського руху в процесах «розрядки» міжнародної напруги визначив логіку важливих чинників, що впливають на діяльність епістемічних груп:

1) у стратегічних відносинах між державами певні очікування від такої взаємодії не з'являються автоматично, а формуються завдяки розумінню теорій, які пояснюють зв'язки між причинами та наслідками певного феномену;

2) у випадках, коли не існує попереднього досвіду щодо проблеми (таких, як приміром, ядерна війна) такі теорії базуються на узагальнених та абстрактних моделях;

3) науковий і технічний характер подібних теорій зумовлює їх розвиток та верифікацію у наукових колах, із подальшою передачею до політичної системи за посередництвом авторитетних академічних груп;

4) прямими або непрямыми методами держави передають одна одній зміст цих теоретичних розробок;

5) така передача знань та концептів від держави до держави дозволяє відповідальним особам із різним культурним, історичним та епістемічним досвідом, розділити спільні очікування щодо вирішення проблеми, побачити ситуацію з точки зору опонента;

6) використання наукового підходу змушує поведінку осіб, що приймають рішення, змушує їх дотримуватися епістемічних рамок;

7) міжнародне співробітництво виникає, розвивається і занепадає залежно від того, чи здійснюють або не здійснюють особи, що приймають рішення, певний раціональний вибір [7, с. 105].

Е. Адлер таким чином, наголошує на тому, що епістемічні спільноти виникають, здебільшого, у ситуаціях невизначеності, під час криз, задля вирішення питань, у яких ціна помилки може бути надзвичайно високою. Пропонуючи державним структурам шляхи подолання проблеми, вони, таким чином, стають і безпосереднім учасником політики, своєрідним «когнітивним актором».

Отже, необхідність вирішення ключових для суспільства або держави питань, разом із сприятливим інтелектуальним кліматом, закладають фундамент для появи епістемічних груп. Важливо зазначити, що їх створення відбувається не за ініціативи з боку офіційних органів, бізнес-кіл, окремих зацікавлених груп тощо. Вони, радше, створюються самостійно, горизонтально, тобто на принципах аутопоезису.

Зазначимо, що аутопоезис – самогенерація – притаманний, передусім, живим організмам, зокрема, клітинам. Його найважливішими рисами, як вказує професор Є. Івахненко, виступають такі: по-перше, автономія (що виступає відмінною від гетерономної, підпорядкованості); по-друге – інактивація, тобто виникнення імпульсу щодо початку «будівництва» в середині системи, а не ззовні; і, по-третє, ітерація – самооновлення та вдосконалення [1, с. 35]. На нашу думку, такі риси можна вільно екстраполювати і на поняття епістемічних спільнот. Сукупність даних характеристик дозволяє їм зберігати автономний статус, бути незалежними від фінансування і структурних рамок, надає можливість легко розривати віджилі та формувати нові зв'язки, долаючи внутрішні конфлікти і протиріччя, й, у підсумку, реалізовувати свою головну кінцеву мету – створення нових знань, спрямованих на покращення життя суспільства.

Окремі дослідники, приміром, Г. Кандлер, вважають, що епістемічні групи здатні успішно існувати і не ставлячи собі за мету вплив на соціум [8, с. 294]. Дійсно, вони можуть займатися виключно теоретичними та практичними науковими розробками; водночас, на нашу думку, таке використання потенціалу епістемічних груп є значною мірою обмеженим, неповним, а відтак робить їх діяльність неповноцінною.

Функції ж епістемічних спільнот можуть бути досить широкими. На думку Пітера Хааса, вони, по-перше, можуть включати у себе визначення причинно-наслідкових зв'язків певних явищ, із подальшим прогнозуванням ймовірних результатів тих чи інших кроків. По-друге, епістемічні групи виявляють і роз'яснюють складні, комплексні взаємозв'язки між різними явищами, проектують ланцюжок подій, які здатні трапитись внаслідок реалізації певних рішень або програм. По-третє, наголошує Хаас, вони можуть сприяти визначенню пріоритетів країни або її політичних сил.



Більше того, процес встановлення різноманітних зв'язків здатний, де-факто, призвести аж до повного переосмислення національних інтересів. І, по-четверте, епістемічні спільноти можуть сприяти формуванню якісно нових політичних стратегій [13, р. 16].

Таким чином, епістемічні спільноти прямо впливають на якість інформації, що циркулює в середині політичної системи, формуючи альтернативи для прийняття суспільно важливих рішень. Вони також здатні привернути увагу найвищих державних посадовців або громадськості на ряд прихованих загроз. Водночас, в останні роки дослідники дещо розширили список функцій епістемічних груп. Так, одним з їх найважливіших повноважень стало вважатися встановлення порядку денного. На думку Джона Келлі, професора Американського університету (Вашингтон), порядок денний розглядається як сукупність ідей, актуальних на даний момент і для даної групи (держави, суспільства) [14]. Від того, які з них будуть обрані або, навпаки, відфільтровані, може залежати подальший розвиток соціуму як такого. Однак існування парадоксу «інформаційного перенасичення» значно ускладнює адекватний вибір таких ідей з боку осіб, що приймають рішення. Тому ті структури, які отримують можливість контролювати цей процес, – а серед них, безумовно, і епістемічні спільноти, – здобуватимуть вагомий, потужний важел впливу на політичну, економічну, культурну та інші сфери.

201

Підкреслимо і ту обставину, що епістемічні групи почали відігравати важливу роль й у царині міжнародних відносин. Звернення до існуючих неформальних контактів авторитетних вчених, а також встановлення і розвиток нових наукових зв'язків, стали суттєвим чинником для формування так званої «дипломатії другого треку» (Track II diplomacy), або ж «експертної дипломатії». На відміну від традиційних, жорстко регламентованих форм міждержавного спілкування, експертна дипломатія здатна сприяти врегулюванню конфліктів, що виникають між країнами із різним соціально-культурним та політичним базисом й іноді діаметрально протилежними поглядами на проблемну ситуацію.

Взірцем серйозного ставлення до потенціалу епістемічних груп у сфері міжнародних відносин виступає позиція Адміністрації Барака Обами. Так, турецький дослідник Гүліз Сутку звертає увагу на виступ президента США у Каїрі 2009 р. Тоді Обама відзначив осо-

бливу важливість встановлення співпраці між фахівцями зі США та науковцями із тих країн, з якими у американського керівництва існують напружені відносини, зокрема державами ісламського світу [17, с. 252].

У дещо іншій площині розглядається роль епістемічних груп в Європейському Союзі. З одного боку, на тлі широкої дискусії про подолання елітарного, непрозорого характеру управлінських процесів в ЄС, епістемічні товариства розглядаються дослідниками як певний інструмент посилення безпосередньої участі громадян у публічній політиці. Такі структури, вважає О. Кіратлі, здатні ефективно подолати проблему «демократичного дефіциту» [15, с. 236]. Для цього вони вдаються до розлогого арсеналу методів: від порушення громадських дискусій у країнах-членах Союзу й актуалізації окремих суспільно-важливих проблем, і аж до безпосереднього впливу на політичних лідерів шляхом пропонування висококваліфікованих, науково обґрунтованих стратегій.

202

Разом із цим, на теренах ЄС епістемічні спільноти поволі перестають бути актором «зовнішнім», позасистемним. Наприклад, у середині дипломатичного корпусу сформувалася вузька група найвпливовіших, найбільш інформованих та досвідчених спеціалістів – Комітет постійних представників (Comité des représentants permanents, «Coreper»). І хоча це об'єднання складається із офіційних осіб передусім, послів провідних країн ЄС, як вважає авторитетний спеціаліст із питань Європейської безпеки М. Девіс Кросс, «Coreper» функціонально майже ідентичний епістемічним спільнотам. Приміром, Комітет формує порядок денний, здійснює безперервний моніторинг, пропонує аналітичний продукт, що втілюється у практичну площину шляхом ухвалення рішень Радою міністрів ЄС, виступає форумом для діалогу, майданчиком для обміну думками тощо [9, с. 227].

Отже, когнітивні можливості епістемічних товариств можуть стати ефективним інструментом при вирішенні цілого ряду суспільно важливих питань, а їх діяльність іноді є моделлю і для офіційних управлінських структур. Вони пропонують якісний аналітичний продукт, розширюють горизонти прийняття адекватних рішень. Водночас, вплив епістемічних груп, повнота і масштаб реалізації власного потенціалу, залежить, за словами відомого російського дослідника проблем «третього сектору» А. Макари-

чева, також від їх можливостей конвертувати інтелектуальний капітал у практичні рішення [3, с. 42].

На цьому шляху учасникам таких структур необхідно подолати цілий комплекс проблем. По-перше, слід мінімізувати суб'єктивні чинники, зокрема, вийти з рамок соціокультурного впливу, відкинувши «елітарний», «закритий» характер наукового пізнання; втриматися від спокуси розробки аналітичного продукту тільки з метою отримання визнання в академічних колах, кар'єрного просування тощо. І, по-друге, на думку професора О. Русакової, їм необхідно звернути увагу на залучення методів «м'якої сили», серед яких вона виокремлює такі спеціалізовані технології, як брендінг, медійний фреймінг, медіакультурний імпринтинг та інші компоненти бренд-іміджевої комунікації [4, с. 119].

Обсяги, характер і предмет наукових досліджень, а також методи втілення їх результатів, можуть суттєво відрізнитися залежно від специфіки структурування епістемічних спільнот. Вони, передусім, здатні об'єднуватися у кластери, які працюють на рівні окремого адміністративного чи географічного регіону або ж окремої держави, займаються розробкою суспільно значимих питань для своїх співгромадян. Епістемічні спільноти також можуть вийти і на міжнародний рівень, утворивши транснаціональні структури – горизонтально поєднані групи вчених із різних куточків планети («мережі мереж»). Такі групи, здебільшого, займаються проблемами, які потребують для свого вирішення значних інтелектуальних і фінансових ресурсів. Окрім цього, розвиток інформаційних технологій та соціальних мереж сприяв також появі так званих «онлайнових» епістемічних спільнот. Вони, за визначенням Ф. Детьєнна і Ф. Барчелліні, являють собою нову форму співпраці віддалених спеціалістів, яка здійснюється за допомогою електронних засобів зв'язку, і зорієнтована на вирішення певного наукового завдання [10, с. 3511].

Останніми роками з'явилася також концепція об'єднаних епістемічних мереж (*collaborative epistemic network*). На даний момент вона слабо артикульована, але можна зробити припущення, що такі групи можуть являти собою глобальну мережу професіоналів із різних сфер, яка включає представників наукової еліти, урядових структур, недержавних організацій, бізнес-кіл тощо. До таких епістемічних спільнот іноді відносять діяльність

Всесвітнього економічного форуму у Давосі, в якому беруть участь найвпливовіші філософи, науковці, економісти, політики та громадські діячі з усього світу [14]. Часом до переліку таких груп включають Римський клуб, основним полем діяльності якого є форсайтне прогнозування глобального розвитку [5, с. 46].

Безпосередній вплив епістемічних спільнот на прийняття важливих рішень прослідковується у багатьох сферах суспільного життя. Сьогодні спеціалісти вирізняють близько десяти таких галузей, серед яких: проблеми міжнародної безпеки, демографія, макроекономіка, монетарна політика, кліматичні аномалії, захист довкілля, охорона дикої природи, рослинна генетика, інновації та перспективні технології, дослідження космосу тощо.

204 — Фахівці погоджуються із важливим, формуючим впливом епістемічних спільнот у дослідженнях зазначених сфер. Водночас, наукова діяльність у цих галузях не виступає прерогативою виключно епістемічних груп. Навпаки, в них приймають участь й інші численні актори. Серед них представники як офіційних органів – спеціалісти державних установ, академічні кола, розвідувальні відомства, так і незалежні гравці – «мозкові центри», представники ТНК та регіональних бізнес-кіл, консалтингові компанії, мас-медіа, латентні структури світової політики. Усіх їх об'єднує бажання отримати важелі впливу у певній сфері, матеріальні зиски, рідше – наукові інтереси. Епістемічні ж товариства відрізняються від них певного незаангажованістю, орієнтацією на отримання нових знань, структурною та фінансовою незалежністю. При цьому вони вдало «конкурують» із іншими формами інтелектуальної організації громадян, відіграють засадничу роль у сфері незалежної професійної аналітики.

Таким чином, епістемічні спільноти стають важливим і видимим актором у системах державного та суспільного управління. Вони являють собою національні та наднаціональні політико-академічні комплекси, здатні за допомогою проведення високоякісних, прогресивних досліджень, а також шляхом подальшого практичного втілення їх результатів, виступати інструментом управління ключовими політичними, економічними, гуманітарними процесами. Роль даних груп особливо зростає у моменти політичної невизначеності або кризи. У такі періоди вони здатні об'єктивно роз'яснити ситуацію, запропонувати варіанти розвитку подій, по-

передити осіб, які приймають стратегічні державні рішення, про можливі помилки. Епістемічні спільноти зазвичай не працюють «на замовлення»; навпаки, володіючи суб'єктністю, вони здатні самостійно встановлювати і вирішувати найважливіші проблеми.

Особливо важливого значення можуть набути епістемічні товариства при розбудові Української держави. У складних умовах глибокої соціальної трансформації інтелектуальна еліта може стати провідником нових ідей і концепцій, автором докорінно нових засад суспільного розвитку, провідником об'єднання країни та визначення її місця у системі міжнародних відносин. Наразі, на цьому шляху чимало перешкод: фактичний вакуум у взаємодії влади та суспільства, низька цінність фундаментальних знань, замкнена, самообмежена система освіти, відсутність ринку політичної й економічної експертизи тощо. Водночас, досвід держав західної демократії, так само як і позитивні перетворення у країнах, що розвиваються, разом із певними напрацьованими розробками вітчизняної наукової школи, вселяють значний оптимізм при оцінюванні подальших перспектив України на цьому шляху.

205

Отже, критично налаштовані й саморефлексивні епістемічні товариства володіють значним потенціалом, аби вивести суспільство (за наявності політичної волі) на якісно новий щабель розвитку. Об'єднані спільними нормами, цінностями та вірою у важливість наукового пізнання, вони також можуть стати важливою сходинкою в реалізації мрії багатьох поколінь вчених, у тому числі й українських, – формуванні активної й відповідальної ноосфери.

#### **Джерела та література:**

1. Ивахненко Е. «Эпистемические объекты» в постсоциальных обществах знаний / Евгений Ивахненко // Информационное общество. – 2009. – № 1. – С. 34-41.
2. Кун Т. Структура научных революций / Томас Кун. – М.: АСТ, 2009. – 310 с.
3. Макарычев А. Проектные сети, трансферт знаний и идея «обучающегося региона» / Андрей Макарычев // Pro et Contra. – 2008. – Т. 8. – № 2. – С. 32-49.
4. Русакова О. Дискурс soft power во внешней политике // Вестник ЮрГУ. Серия: социально-гуманитарные науки. – 2012. – № 32. – С. 118-121.

5. Ячин С. От экспертных к эпистемическим сообществам: к трансформации институциональных рамок власти знания в современном мире / Сергей Ячин, Марианна Смирнова // Информационное общество. – 2012. – № 3. – С. 39-49.

6. About Pugwash, 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pugwash.org/about.htm>.

7. Adler E. The Emergence of Cooperation: National Epistemic Communities and the International Evolution of the Idea of Nuclear Arms Control / Emanuel Adler // International Organization. – 1992. – Vol. 46. – №. 1. – P. 101-145.

8. Candler G. Epistemic Community or Tower of Babel? Theoretical Diffusion in Public Administration / Gaylord Candler // The Australian Journal of Public Administration. – 2008. – Vol. 67. – № 3. – P. 294-306.

9. Davis Cross M. The Future of Democratic Corpse / Mai'a Davis Cross // The Diplomatic Corps as an Institution of International Society / Ed. Sharp P., Wiseman G. – NY: Palgrave-Macmillan, 2008. – P. 223-245.

— 10. Détienne F. Online Epistemic Communities: Theoretical and Methodological Directions for Understanding Knowledge Collaboration in New Digital Spaces / Françoise Détienne, Flore Barcellini, Michael Baker, Jean-Marie Burkhardt, Dominique Fréard // Work. – 2012. – № 41. – P. 3511-3518.

11. Foucault M. Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977 / ed. Colin Gordon. – New York: Pantheon Books, 1980. – 288 p.

12. Haas P. Do Regimes Matter? Epistemic Communities and Mediterranean Pollution / Peter Haas // International Organization. – 1989. – Vol. 43. – № 3. – P. 377-403.

13. Haas P. Epistemic Communities and International Policy Coordination / Peter Haas // International Organization. – 1992. – Vol. 46. – №. 1. – p. 1-35.

14. Kelley J. The Agenda-Setting Power of Epistemic Communities in Public Diplomacy [Электронный ресурс] / John Kelley, 2014. – Режим доступа: <http://files.isanet.org/ConferenceArchive/70fc6659097b4731b3b0bfc11da89347.pdf>.

15. Kiratli O. Democratic Deficit Critiques and the Non-Role of Epistemic Communities in the European Union / Osman Kiratli

// International Journal of Humanities and Social Science. – 2013. – Vol. 3. – № 12. – P. 229-237.

16. Ruggie J. International Responses to Technology: Concepts and Trends / John Ruggie // International Organization. – 1975. – Vol. 39. – № 3. – P. 557-583.

17. Sutku G. Evolution of Diplomacy and the Future of Epistemic Communities: Scientists as the Diplomats of the 21st Century / Guliz Sutcu // European Scientific Journal. –2012. –Vol. 8. – № 26. – P. 240-259.

18. Zuccala A. Modeling the Invisible College / Alesia Zuccala // Journal of the American Society for Information Science and Technology. – 2006. – Vol. 57. – № 2. – P. 152-168.

## ДОКУМЕНТОЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДО СТОРІЧЧЯ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

УДК: 327(73)“1918”

© Володимир Фісанов

### «ЧОТИРНАДЦЯТЬ ПУНКТИВ» ПРЕЗИДЕНТА США ВУДРО ВІЛЬСОНА: ДОКУМЕНТОЗНАВЧІ АСПЕКТИ

208

У статті проаналізовані важливі аспекти підготовки промови президента В.Вільсона щодо воєнно-політичних цілей США на завершальному етапі Першої світової війни. Використовуючи методику контент-аналізу та моніторингу історичних документів – меморандумів, свідчень сучасників, мемуарних джерел, автор відтворює історико-політичний контекст підготовки та оприлюднення «14» пунктів Вільсона. Зроблені наступні висновки. По-перше, експерти, готуючи промову президента до Конгресу, провели серйозний моніторинг документів щодо ставлення до проблем Центральної Європи політиків та вчених держав Антанти, насамперед, з Великої Британії та Франції. По-друге, оприлюднена версія тексту документу, особливо пункту X, який стосувався Австро-Угорської монархії не була однозначною для тлумачення, що відзначалося більшістю дипломатів і зацікавлених експертів. По-третє, проведений тоді контент-аналіз документу в цілому і тексту X пункту зокрема засвідчили, що упродовж року американська дипломатія, постійно змінюючи акценти, по-різному інтерпретувала його зміст аж до осені 1918 року.

**Ключові слова:** «Чотирнадцять пунктів» президента В.Вільсона, моніторинг документів, дипломатична експертиза, контент-аналіз, Перша світова війна.

В статье проанализированы важные аспекты подготовки речи президента В. Вильсона относительно военно-политических целей США на завершающем этапе Первой мировой войны. Используя методику контент-анализа и мониторинга исторических документов – меморандумов, свидетельств современников, мемуарных источников, автор воспроизводит историко-политический контекст подготовки и обнародования «14 пунктов» В. Вильсона. Сделаны следующие выводы. Во-первых, эксперты, готовя речь президента к Конгрессу, провели серьезный мониторинг документов относительно



---

---

но проблемам Центральної Європи. В частині аналізувалися погляди політиків і учених держав Антанты, прежде всего, из Великобритани и Франции. Во-вторых, обнародованная версия текста документа, особенно пункта X, касающегося Австро-Венгерской монархии не была однозначной для толкования, что отмечалось большинством дипломатов и заинтересованных экспертов. В-третьих, проведенный тогда контент-анализ документа в целом и текста X пункта в частности показали, что в течение года американская дипломатия, постоянно меняя акценты, по-разному интерпретировала его содержание вплоть до осени 1918 года.

**Ключевые слова:** «Четырнадцать пунктов» президента В. Вильсона, мониторинг документов, дипломатическая экспертиза, контент - анализ, Первая мировая война.

*The article deals with the analysis of the important aspects of the President Wilson's speech concerning U.S. military and political goals in the final stages of the Second World War. Using the method of content analysis and monitoring of historical documents – memoranda, testimony of contemporaries, memoir sources, the author recreates the historical and political context of the preparation and promulgation of Wilson's «fourteen» points. The following conclusions were made. First of all, preparing the President's speech to Congress, the experts had seriously monitoring the documents concerning the attitude to the problems of Central European's politicians and scientists of the Entente states, primarily from Great Britain and France. In the second place, the published version of the document's text, especially the Xth point, which concerned the Austro – Hungarian monarchy were ambiguous to interpret, which was noted by the majority of diplomats and interested experts. Thirdly, the conducted content analysis of the whole document's text and the Xth paragraph in particular, assured that during the year American's diplomacy constantly changed the accents and differently interpreted this item until the autumn of 1918.*

**Keywords:** President Wilson's «Fourteen Points», monitoring of documents, diplomatic expertise, content analysis, the First World War.

Століття минуло з тих днів, коли Європа і увесь світ були втягнуті у Велику війну, яка знаменувала входження фактично усіх народів у добу воєн, революцій та соціально-економічних криз, які продовжувалися фактично усе ХХ століття. Сьогодні є необхідність

звернутися до документів вже далекої від нас доби, щоби зрозуміти суперечливий дух епохи – ту таємницю, в якій народжувалися контури нового ХХ віку як століття екстремального. І тут нам допоможе саме контент-аналіз найважливіших документів, які складають, так би мовити, “дипломатичну пам’ять” людства. До таких документальних джерел, поза всяким сумнівом, можна віднести відомі “14 пунктів” президента США Вудро Вільсона, які стали мирною програмою у рік завершення війни, а згодом і під час роботи Паризької мирної конференції. Багаторічна робота над документальними джерелами доби Першої світової війни спонукала автора звернутися насамперед до текстологічного аналізу Десятого пункту з промови президента, що її Вільсон виголосив у Конгресі 8 січня 1918р. Нагадаємо, що він стосувався однієї з ключових проблем майбутнього територіального устрою Центральної Європи – подальшої долі багатонаціональної австро-угорської імперії.

210 — У статті автор буде намагатися інтерпретувати насамперед промову президента США В.Вільсона до Конгресу 5 січня 1918 р. як документ, що є наслідком правової та дипломатичної діяльності президента та представників експертного середовища. Як справедливо зазначає відомий вітчизняний документознавець Г.М. Швецова-Водка, за межами документу залишаються ті матеріали, які описують у нашому випадку копітку підготовчу та експертну діяльність. І саме, цю найбільш трудомістку і “тіньову сторону” підготовки та оцінки дипломатичних документів, маємо на меті, наскільки можливо, показати у запропонованому матеріалі.

Проаналізуємо тут відомі нам джерела “формування” остаточного тексту програмного документу адміністрації Вільсона. Мабуть, одна з ключових фраз щодо автономії національностей Австро-Угорщини потрапила до тексту документу із наукових праць відомого французького історика Л.Леже. Вчений писав у своїй фундаментальній роботі, присвяченій австро-угорським проблемам, що врятувати країну від політичної анархії може лише встановлення нового *modus vivendi* між різними національностями. Ось чому, на його думку, конче необхідна “трансформація нинішньої дуалістичної монархії у федеративну державу, де б локальна автономія різних національних груп була шанована й визнана” (*the local autonomy of the different national groups will be respected and recognized* – курсив мій – В.Ф.) [1 ,с.457].

Зауважимо, що, хоча ця ідея імпонувала Вільсону, її виклад експертами навряд чи влаштовував політика. Президенту був не до вподоби запропонований у меморандумі багатослівний варіант. Мабуть, аналітики, спираючись на тезу Леже, врахували це у подальшій роботі. Формулу, яка влаштовувала Габсбургів, було знайдено в конфіденціальному листі Бальфура. Інформуючи Вільсона про таємні переговори з австрійським представником, глава Форін офіс зауважив таке: виступаючи проти розпаду Австро-Угорщини, Британія висловила побажання, що в майбутньому народам, з яких складається імперія, буде “надано можливість автономного розвитку” (given an opportunity for autonomous development) [2, с.609].

Підсумком копіткої аналітичної роботи, яка поєднувалася з неабиякою редакційною правкою, став такий попередній текст пункту: “The peoples of Austro-Hungary, whose place among the nations\* of the world we wish to see safeguarded and assured must be accorded the freest opportunity of autonomous development” [3, с.481]. Ось його переклад: “Народам Австро-Угорщини, чиє місце поміж іншими державами світу ми сподіваємось бачити захищеним і гарантованим, потрібно надати найвільнішу можливість автономного розвитку”. Проте і цей текст не задовольняв президента і тому не був остаточним. Вільсон, намагаючись заспокоїти Відень, вирішив продемонструвати прихильність принципові збереження статус-кво, щоб якимось чином не завдати шкоди суверенітету Австро-Угорщини. Президент підредагував формулювання в тій частині, де йшлося про можливість “вільного автономного розвитку народів”, змінивши вираз “must be accorded” (потрібно надати) на “should be accorded” (варто надати). Внаслідок цього тон сказаного пом’якшав і віденські політики мали розглядати пропозицію Вільсона виключно як пораду, а не вимогу.

По-друге, з виразу “among the nations of the world” (поміж іншими державами світу) зникло слово “world” – “світу”. При збереженні першого варіанту значною мірою звучувалися можливості подвійного читання тексту. Адже вислів “nations of the world” тлумачився виключно як “держави світу”, тобто йшлося лише про Габсбурзьку

\* Слово “nation” в англійській мові має, як відомо, різноманітні значення: 1) народ, нація; 2) держава, країна. Так, словосполучення “community of nations” означає “співтовариство держав”. Зрозуміло, що Дунайська монархія не могла вважатися нацією.

монархію та її місце в системі держав. У такому випадку неможливо було, при нагоді, прочитати “among the nations” як “поміж націями”, а це не влаштувало офіційний Вашингтон. Вилучаючи слово “світу”, можна було, при бажанні, віднести прийменник “чиє” до слова “народи” і читати текст так: “Народи Австро-Угорщини, *чиє місце поміж іншими націями...*” (курсив мій – В.Ф.). Отже, докорінним чином змінювався зміст написаного.

І ще одне. В остаточний текст документу за порадою Ліппмана включили слово “народи” (peoples). У попередньому меморандумі, написаному професором Р. Кернером, експертом з чеських проблем, пропонувався терміни “нації” та “раси”(races). Проте перевагу було надано терміну “народи”, який і використали експерти в остаточному меморандумі, представленому президенту Вільсону [4, с.95]. Згодом американці змінили акценти, опинившись перед необхідністю підтримати визвольний рух народів Дунайської імперії.

212 — Остаточний текст пункту Х був такий: “The peoples of Austro-Hungary, whose place among the nations we wish to see safeguarded and assured should be accorded the freest opportunity of autonomous development” [3, с.527, 537]. Автор подає тут власний варіант перекладу: “Народам Австро-Угорщини, чиє місце поміж іншими державами сподіваємось бачити захищеним і гарантованим, варто надати найвільнішу можливість автономного розвитку” Зміст написаного можна було тлумачити двояко і це заздалегідь передбачали далекоглядні редактори промови президента. У дипломатичних колах і серед спостерігачів відразу ж виникло запитання, кого або що мав на увазі Вільсон, говорячи про гарантоване місце у світовому співтоваристві. З’ясовуючи ситуацію, поділимо пункт на дві логічно пов’язані між собою смислові одиниці.

1. Австро-Угорщина, чиє місце поміж іншими державами ми сподіваємось бачити захищеним і гарантованим;

2. Народам... варто надати найвільнішу можливість автономного розвитку.

Зауважимо: для сучасників таке розуміння не було очевидним. Згодом і дехто з дослідників припустився помилки, намагаючись по-своєму, однозначно тлумачити текст пункту. Говорячи про сучасників, наведемо думку посла Франції в США Ж.Жюссерана. У конфіденційному листі до держдепартаменту дипломат попросив роз’яснити, чиє місце “поміж націями” президент сподівався ба-

чити захищеним і гарантованим. Сам він вважав, що йдеться про народи, які проживали в Дунайській монархії. У відповіді Вільсона зазначалося: “Французький посол вірно інтерпретував мої мирні пропозиції стосовно Австро-Угорщини” [5, с.83]. У Вашингтоні таке тлумачення “тримали” немов би про запас, для внутрішнього користування, з огляду на можливі зміни політичної ситуації в центральньо-європейському регіоні. Тоді запропонований Вільсоном (для Жюссера) варіант тлумачення не міг набути широкого розголосу. Враховуючи існуючі реалії, у Вашингтоні не вели мови виключно про народи, оскільки суб’єктом міжнародного права залишалася Австро-Угорщина, з якою США сподівалися мати справу. Адже у західних столицях усе ще плекали надію на таємні контакти з Віднем, сподіваючись укласти сепаратний мир з Габсбургами. До речі, австрійські політики, ознайомившись з текстом Чотирнадцяти пунктів, сприйняли їх, щоправда не без заперечень, як основу майбутніх мирних переговорів. Не випадково відомий американський дослідник В.Маматей писав, що у даному випадку маємо справу з дуже вдалим “вивертом психологічної війни”. “Кожен мав змогу прочитати текст (пункту – Ф.В.) так, як йому заманеться”, – писав він [6, с.180]. Цікаво, що сучасний чеський історик В.Вавра знайшов російський переклад пункту, зроблений на початку 1918 р. у генеральному консульстві США в Москві: “Народам Австро-Венгрії, место которой среди других наций мы желали бы видеть...” [7, с.20]. Радянський вчений З.А.Атлас наводить той варіант перекладу X пункту, який передбачав збереження Австро-Угорщини як державного цілого. При цьому автор цитує “Известия” за 30 грудня 1917 р.: “Народам Австро-Венгрії, место которой (курсив мій – В.Ф.) среди других наций мы желали бы видеть сохраненным и упроченным, должна быть предоставлена возможность автономного развития”. Таким чином, робить традиційний для радянської історіографії висновок З.А.Атлас, “ідеться не тільки про збереження Австро-Угорщини, але й про зміцнення її на основі автономного розвитку її народів. За допомогою культурно-національної автономії правлячі кола США намагалися утримати народи Австро-Угорщини від революційної та національно-визвольної боротьби, зміцнити позиції реакції в країні” [8,с.112].

Перш ніж перейти до інших сюжетів, звернемо увагу на джерела формування пункту X. На наш погляд, він складався під впливом

двох джерел. Перше – меморандум Мезеса-Ліппмана. Друге – це згадуваний лист Бальфура Вільсону.

1. Austro-Hungary, whose place among the nations... (порівняємо з меморандумом експертів: “Austria-Hungary may be free to take her rightful place among the nations”).

2. Знову текст пункту: “The peoples ... should be accorded the freest opportunity of autonomous development”. Ось витяг з листа Бальфура: “...Our strong desire to see the various nationalities of which the Empire is composed given an opportunity for autonomous development...” (Маємо сильне бажання бачити, що різним національностям, з яких складається імперія, надано можливість автономного розвитку). Вірогідним є вплив на авторів деяких ідей Леже.

214 — Вільсон, як згадує його донька, мав свій “особливий метод” підготовки промов. Спочатку він занотовував суть на невеличких листках паперу, частково надрукованих на машинці, частково написаних від руки, потім знов робив вставки. Остаточний текст друкувався на машинці на аркушах тонкого паперу, в нього “вносилися деякі виправлення, охайно вписані між рядками” [9, с.246]. Саме так виглядав попередній варіант тексту 14 пунктів, що його правив президент.

У травні-серпні 1918 р., коли посилився національний рух в Моравії і стало очевидним, що Відень не піде на поступки країнам Антанти, дипломати, читаючи Десятий пункт, зовсім інакше розставили акценти. 19 серпня державний секретар Р. Лансінг у листі Вільсону писав, що США окремою декларацією могли б підтримати австро-угорські національності, які бажають визволитись від німецького панування. Вони могли б розраховувати не тільки на симпатії з нашого боку, писав він, але і на матеріальну допомогу. При цьому, як вважав Лансінг, можна було встановити тісні контакти з революційними організаціями і групами, які виступають проти австро-угорського уряду, добиваючись національної незалежності збройним шляхом. “Якщо такий курс буде схвалено, зазначав політик, то Австро-Угорщині необхідно дати зрозуміти, що під час мирних переговорів ми виступимо проти існування імперії в її нинішній формі і в нинішніх кордонах” [10, т.І, с.140]. Мирна програма, як визнавав пізніше Ліппман, мала встановити лінії порозуміння між союзниками, з одного боку, та неофіційними колами в Німеччині і “нерівноправними народами Австро-Угорщини” (subject peoples

of Austria-Hungary) [11, с.136]. До речі, Лансінг завжди критично ставився до промови президента у Конгресі, зокрема до Десятого пункту, оскільки пропонувалося “федералізувати” Габсбурзьку імперію. У мемуарах він писав: “Я не наважувався включати (до мирної американської програми – В.Ф.) питання про незалежність для австро-угорських національностей, а саме чехів, русинів, південних слов’ян, бо президент, виключаючи випадок з Польщею... мав на меті будь-що зберегти дуалістичну монархію. Я не вважав це мудрим рішенням” [12, с.261]. Взагалі-то до думки Лансінга ні Вільсон, ні Хауз ніколи серйозно не прислухались. Лансінг грав власну гру. Вільсон, вважав Хауз, ніколи не підтримував Лансінга, тому що той не погоджувався з ним у багатьох питаннях. Коли Сполучені Штати приєдналися до союзників, Вільсон хотів поставити Ньютона Бейкера на місце Лансінга. Хауз переконав його не робити ніяких змін. Лансінг був відомою політичною величиною, Бейкер – невідомою [13, с.78].

Отже, те, про що Вільсон писав Жюссерану в конфіденціальному листі, стало можливим лише влітку 1918 р. Тоді у дипломатичних колах віддавали перевагу такій редакції тексту: “*Народам Австро-Угорщини, чиє місце* поміж іншими націями ми сподіваємось бачити захищеним і гарантованим, потрібно надати найвільнішу можливість автономного розвитку”. У Вашингтоні висловили бажання бачити національності імперії Габсбургів рівноправними членами міжнародного співтовариства саме тоді, коли розпад Дунайської монархії хоча й очікувався, але не був ще таким очевидним. Зазначимо: саме цей варіант перекладу наводився в багатьох радянських виданнях минулих років. У відомій документальній публікації “Архів полковника Хауза”, наприклад, читаємо: “Народам Австро-Угорщини, місце яких поміж націями ми бажємо бачити забезпеченим і міцним, варто надати повну можливість вільного автономного розвитку” [14, с.155]. Пізніше Ліппман піддав критиці стратегію Вільсона у Центральній Європі, викладену у 14 пунктах. Теза щодо Італії ігнорує “стратегічні міркування”. Пункт щодо Росії за виключенням Польщі підтверджує “відновлення старих кордонів імперії”. Сербії обіцяний вихід до моря, проте про Юго-Славію (Jugo-Slavia) не згадується, тому що перевага надається “єдності Австро-Угорської імперії”. Румунія у своїх старих кордонах залишається “віч-на-віч з Угорщиною”. Про чехо-словаків

взагалі не згадується. “Розчленування” Туреччини не визначається, і постає лише одна тверда вимога “нової держави” – це Польща. Болгарський дипломат С. Панаретов записав у своєму щоденнику 8 січня 1918 р. ( у день проголошення Вільсоном промови): “Я казав, що серби не задоволені посланням..., особливо пунктом X, який не має на меті знищення Австрії і здійснення югославських мрій” [15, с.178-179].

216 — Слід згадати і про зацікавленість Вільсона у тому, щоб його “Чотирнадцять пунктів” та інші промови набули найширшого розголосу та визнання як програма мирного врегулювання. Президент доручив Джорджу Крілу через співробітників своєї інформаційної служби перекласти і розповсюдити президентські послання серед простих людей, насамперед, у Німеччині і в Росії у “короткій та прийнятній формі”. Американський дослідник С.Кашман змальовує вражаючу картину розповсюдження вільсоновських ідей і промов. Він пише: “Офіційні промови Вільсона передавалися по радіо, швидко перекладались і розходились по світу. Всюди у кінотеатрах показували фільми про американські військові зусилля. По суті справи, за два десятиліття до культу особи, що асоціювався насамперед з Гітлером і Сталіним, з’явився феномен Кріла – культ Вільсона. Свідомством цього культу було не тільки розповсюдження листівок, поштівків і фотографій в Західній Європі, але також в Італії та Росії. Вони розходилися у східному напрямі аж до Китаю, де видані Крілем промови Вільсона ставали бестселером навіть на Захід від перуанських Анд” [16, с.510].

Наведемо тут два дуже різні відгуки на президентські зусилля. “Усі ці послання, – згадував пізніше один японський дипломат, перекладалися і публікувалися японською пресою. Кожне висловлювання, яке злітало з губ містера Вільсона, кожне речення, що виходило з під його пера з питань війни читалося та вивчалось (курсив мій – В.Ф.) мільйонами японців” [17, с.48-49]. Інший сучасник подій барон А. Будберг, людина із найближчого оточення адмірала Колчака, записав у щоденнику 17 березня 1918 р.: “Мешканець Місяця Вільсон вибухнув посланням до російського народу; взагалі-то справа ні до чого, оскільки 3/4 російського народу жодних послань не читає і дуже мало, якщо не зовсім, обізнані у тому, що таке Сполучені Штати і де вони розташовані” [18, с.287].

Навряд чи японці справді “вивчали” послання Вільсона, а ро-



сіяни ігнорували їх. Істина десь посередині: більша частина пересічної публіки ставились до них, мабуть, індіферентно, інколи і не знаючи, про що йдеться. Вони знаходили відгук у незначній частині політично активних індивідуумів. Зауважимо, що саме тоді – у 1918 р. у тих американців, які долучилися до зовнішньої політики і розмірковували над подальшою тактикою країни у європейських справах, з'явився жвавий інтерес до подальшої долі Дунайської монархії. В матеріалах ліберального тижневика “The New Republic” зазначалось: “Проблема Австро-Угорщини – це зараз наша проблема і виробити адекватну концепцію для неї одне з нових міжнародних зобов'язань американського громадянина”. Перебравши функції будівничих Нової Європи, на Заході вважали за необхідне підкреслити прихильність до планів створення в Дунайському басейні міцної Слов'янської федерації або ж конфедерації. Як зазначалось тоді в австрійському меморандумі з приводу політики країн Антанти, “майже усі великі гармати політичної словесної армії стріляють важким калібром з проблем воєнних цілей” [19, с.163].

Зауважимо, що у зв'язку з війною американці змушені були вивчати етнографічну карту Європи. Ще наприкінці 1915 р. на сторінках згадуваного тижневика було вміщено присвячену Україні статтю А.Джонсона з досить гучною назвою “Російська Ірландія”. У ній, зокрема, ішлося про необхідність диференційованого підходу до слов'янських проблем Східної Європи. Автор писав: “Для нас усі слов'яни однакові: росіяни, поляки, русини, чехи, словаки, хорвати та серби. Що ми знаємо про етнічні та лінгвістичні відмінності цих націй? Чи говорять вони між собою різними мовами? Чи усі без винятку можуть пишатися своєрідним фольклором, або дивовижними соціальними та релігійними інститутами?” [20]. Ще раз підкреслимо той факт, що провідну роль в австрофобській кампанії у Сполучених Штатах відіграв саме журнал “The New Republic”. У ньому підкреслювалось: “Поділ Австро-Угорщини на чотири держави Німецьку, Угорську, Чехо-Словацьку та Юго-Славську з передачею Польщі, Румунії та Італії територій національно близьких до цих держав, точно б відповідав американській концепції сучасного стану Австро-Угорської проблеми (just disposition of the Austro-Hungarian problem)”. “Ідея подальшої федерації з німцями та угорцями для патріотично налаштованих чехів і хорватів хіба що подібна до ідеї федерації Пруссії з Францією і Бельгією” [21].

Однак в офіційному коментарі до “Чотирнадцяти пунктів” зокрема ішлося про можливість створення іншої федерації – на теренах Центральної Європи: “Сполучені Штати підтримують також програму, що має на меті створення конфедерації Південно-Східної Європи” [14, с.156]. Цікаво, що саме тоді керівництво американських профспілок виступило зі спеціальною заявою на міжсоюзній робітничій конференції. Пропонувалось таке формулювання: “Конференція підтверджує Чотирнадцять пунктів, проголошені президентом Вільсоном як умови встановлення і підтримання миру між рівноправними націями” [22, с.374]. До речі, у самому тексті документу профспілкові діячі припустились помилки. Народом Австро-Угорщини пропонувалося надати не “найвільнішу можливість” (*freest opportunity*) автономії, а “першу можливість автономного розвитку” (*first opportunity of autonomous development*) [22, с.376].

218 — Подібної помилки припустились і австрійці, перекладаючи текст вільсоновської ноти. Навіть міністр закордонних справ Австро-Угорської монархії користувався текстом X пункту, в якому йшлося про необхідність надати “першу можливість” (*erste Gelegenheit*) автономного розвитку народам імперії [23, л.141]. В одній з тогочасних німецьких публікацій американських мирних умов, де поруч з німецькою версією подається автентичний англійський текст, переклад відповідає тексту оригіналу. У ньому зокрема читаємо, що народам Австро-Угорщини має бути надана “найвільніша можливість автономного розвитку” [24, с.3].

Сучасний британський історик Тео Аронсон вважає, що “ендемичні сепаратистські рухи” (*endemic separatist movements*) у Центральній Європі отримали “небачене прискорення”, завдячуючи саме впливу Чотирнадцяти пунктів Вільсона. “З цього моменту самовизначення для усіх меншин стало не тільки природним; воно перетворилось майже в імператив” [25, с.184]. Зовсім іншої думки дотримувався один з перших дослідників програми Вільсона професор М.Хадсон, який зауважив: “Це в інших промовах він особливу увагу приділяв *самовизначенню* (курсив мій – В.Ф.) як важливій основі мирного врегулювання. Такого не було у промові щодо Чотирнадцяти пунктів” [26, с.9]. А головний американський “пропагандист” Джордж Кріл взагалі вважав, що вільсоновські пункти, не мали серйозного практичного значення. Він писав: “По суті спра-

ви Чотирнадцять пунктів не слід розглядати як визначену практичну формулу (a definitive practical formula), а тільки як широке оприлюднення принципів” [27, с.301]. Американський дослідник Й.Калвода зауважив з приводу X пункту, що союзники відмовилися від розпаду Австро-Угорщини і таким чином шлях для “збереження імперії був ще відкритий” [28, с.257]. Цікаво, що під час підготовки промови Вільсона експерти пропонували поєднати лінію на збереження Австро-Угорщини як федеративної держави з елементами “психологічної війни” проти Габсбургів, підтримуючи революційні устремління насамперед слов’янських народів з метою схилити Відень до сепаратного миру з країнами Антанти. Проте Вільсон у січні 1918 р., як зазначає Б.Унтербергер, не підтримав таку політику “подвійного дна” [4, с.96].

Майже усі дослідники сходились на думці, що “пункт Десятий закликав до внутрішньої (чи то федеральної) автономії для національних груп всередині Австро-Угорської імперії”. “Тільки пізніше Вільсон погодився з розпадом імперії, що призвело до встановлення слабких держав в Центральній Європі, підірвавши баланс сили і відкривши шлях Гітлеру” [16, с.512].

Не випадково, барон Мусулін повідомляв Черніну в телеграмі 28 січня 1918 р., що заяви Вільсона і Ллойд Джорджа відносно майбутньої політики в австро-угорському питанні суттєво підривають великосербські плани. Констатація того, що розчленування Австро-Угорщини не передбачено у воєнних цілях Антанти, викликало в сербських емігрантських колах, як зазначав дипломат, “велике занепокоєння”. В зв’язку з цим Югославський комітет у Лондоні виступив із заявою, в якій зазначалось, що “демократизація Австро-Угорщини на основі автономії не може розв’язати югославське питання”. Цього можна досягнути лише за умов повного звільнення югославів з-під австрійської влади [29, л.21].

Звернемося до інших пунктів мирної американської програми, які безпосередньо торкалися австро-угорських проблем, маючи на меті їхнє порівняння з X пунктом. Згадуваний Фієрек так описував підготовку мирної програми. Вільсон і Хауз, обговорюючи текст, погодилися, що нинішні пункти Лондонського договору, які давали Італії владу над іншими національностями, увійшли у конфлікт з принципами, проголошеними США. Незначне зауваження на полях, написане Вільсоном на доповіді “Інкуайрі” з цьо-

го питання, стало пунктом Дев'ятим. Обидва політики погодились, що турецьке панування в Європі завершилось. Пункт XI щодо Балкан був достатньо розмитим, оскільки невизначеним залишалось майбутнє Монархії. Пункт XIII гарантував відновлення незалежної Польської держави. Він відповідав принципам, проголошеним полковником і обіцянкам Хауза свому другу І.Падеревському. Один німецький спільний знайомий представив його Хаузу. Результатом цього візиту було отримання Польщею коридору [13, с.212].

Оцінюючи Дев'ятий пункт, Ліппман писав, що у ньому визнавався принцип національності, а це означало лише одне: умови Лондонського договору не визнавалися. Територіальне розмежування, запропоноване цим договором, експерт охарактеризував як “напівстратегічне, напівекономічне, напівімперіалістичне, напіветнічне”. На його думку, симпатії союзників могли отримати тільки ті вимоги Риму, котрі сприяли відновленню “істинної” Italia Irredenta. Усі ж інші, як було відомо в інформованих колах, лише “стримували неминуче Югославське повстання” (delayed the impending Yugoslav revolt) [11, с.137].

У пункті XI зокрема говорилося: “Румунія, Сербія і Чорногорія мають бути звільнені; окуповані території відновлені; Сербія має здобути вільний і безпечний вихід до моря”. Далі йшлося про кордони балканських держав, які повинні формуватися згідно “історично усталених ліній та принципу національності” [3, с.514]. Зрозуміло, що вирішення питання про вихід Сербії до моря суперечило планам збереження Австро-Угорщини. Це питання серйозно зачіпало італійців, які уклали з Антантою ще один важливий дипломатичний документ – таємний Лондонський пакт, за яким більша частина Адріатичного узбережжя, не говорячи вже про Трентіно, відходили після закінчення війни Італії. Як зазначав у дипломатичних записках юрисконсульт МЗС Росії Г.М. Михайловський, Сазонов та інші керівники російської дипломатії “даремно нагороджували Італію слов'янськими землями Австро-Угорщини і відокремлювали по живому тілу Хорватію від Сербії” [30, с.100].

Не менш складним, ніж слов'янські проблеми, виявилось італійське питання. І про це свідчать документальні джерела та мемуари сучасників. Як зазначав відомий англійський історик В.В.Готліб, “вимоги Консульти (Трентіно, Трієст, Далмація тощо) обеззброїли б Двоєдину монархію в Альпах, ліквідували б оборонні позиції на

її узбережжі та у деяких центральних провінціях, позбавили б її виходу до моря, нанесли шкоди її “найбільш відчутним” інтересам на Балканах, зробили б Італію пануючою державою в Далмації та Адриатиці”, суттєво порушивши рівновагу сил між обома державами [31,с.514]. Вільсон сам написав на полях доповіді “Інкуайрі” фразу, що пізніше увійшла до пункту Дев’ятого. Ішлося про регулювання італійських кордонів, згідно з національними ознаками. Це було, як зазначав відомий дослідник Ч. Сеймур, запереченням права Італії (згідно з Лондонським договором) на контроль за Адриатикою та над німецькомовною частиною Тиролю [32, с.226].

Тут допитливий читач може поставити запитання: “Чи скористався Вільсон знанням про секретні договори, коли працював над текстом промови?”. Уолтер Ліппман висловлювався з цього приводу недвозначно: “Чотирнадцять пунктів ...не могли формулюватися без знання секретних договорів”, які оприлюднив у кінці 1917р. більшовицький уряд в Росії. Очевидно, що витяги з них лежали перед президентом, коли експерти і сам президент працювали над остаточним оформленням цих важливих документів стосовно воєнно-політичних цілей на завершальному етапі Першої світової війни. Проте, це вже дещо інші сюжети, що виходять за межі цієї наукової розвідки.

Отже, про що засвідчує текстологічний аналіз програми “14 пунктів” Вільсона й сучасні цьому документу коментарі з інших дипломатичних джерел – меморандумів, щоденників і споминів сучасників, а також матеріалів тогочасної преси. По-перше, те, що експерти, готуючи січневу промову президента до Конгресу, самі провели серйозний моніторинг ставлення до проблем Центральної Європи політиків та вчених з країн Антанти, насамперед, з Великої Британії та Франції. По-друге, оприлюднена версія тексту пунктів, особливо пункту X, який стосувався Австро-Угорської монархії не була однозначною для тлумачення, що відзначалося більшістю дипломатів і зацікавлених експертів. По-третє, проведений тоді контент-аналіз документу в цілому і тексту X пункту зокрема засвідчили, що упродовж року американська дипломатія, постійно змінюючи акценти, по-різному інтерпретувала окремі його положення аж до осені 1918 року.

Не випадково, граф Чернін писав в одному з меморандумів : “Я певен, що ми досягнемо прийняттого компромісного миру; дещо

ми змушені будем віддати Італії, і зрозуміло, ми за це нічого не отримаємо. Потім нам доведеться змінити весь лад Австро-Угорщини, згідно схеми, накресленої французами, Federation Dannubienne, і мені поки що не ясно, як буде здійснено перетворення проти волі угорського і німецького населення”. “Отже, я сподіваюсь, – зауважував політик, – що ми вийдемо з війни лише з синцем під оком. Проте старі часи більш ніколи не повернуться” [33, с.238].

Таким чином, у Вашингтоні продовжували підтримувати, і це підкреслювалося у документах, “рух до федералізму в Австрії”, який у разі успіху значно послабив би дуалістичну систему. Американці не виходили за рамки поміркованої тактики в австро-угорському питанні. Про це свідчив, зокрема, зміст присвяченого Австрії X пункту з відомих “Чотирнадцяти пунктів Вільсона”. Австрійська дослідниця зовнішньої політики США у 1917-1919 р. Астрід Хаусманн зазначала, що формулювання X пункту було “типово вільсоновським” – сказано багато, а по суті знову нічого [34, с.86].

222

Виступивши наприкінці війни з програмою повоєнного мирного врегулювання, президент Вільсон накреслив лише опосередковані воєнно-політичні цілі США. У іншому президентському посланні Конгресу (11 лютого 1918 р.) спеціально зазначалось, що для Америки подібні заяви значать не більш, ніж попередній “скетч принципів” і вказівка на можливий шлях їхнього втілення у життя [35, с.529]. Після цього програмний документ неодноразово корегувався. Центральною темою вільсонівських пунктів щодо Східної Європи було майбутнє монархії Габсбургів. Хьюго Гроцій писав свого часу про значення не стільки кінцевих, скільки проміжних, опосередкованих цілей у війні, тому що саме так з’ясовуються реальні мотиви політиків. Щодо Австро-Угорщини у президента Вільсона у 1917-1918 роках були два лейтмотиви – надання народам Австро-Угорської імперії автономії та її збереження по можливості як суб’єкта міжнародного права по війні. Виходячи з цього, вважалося за необхідне вирішувати усі інші етнотериторіальні проблеми Центральної і Східної Європи і така дипломатична тактика залишалась незмінною аж до осені 1918 року.

#### Джерела та література:

1. Austria – Hungary. Based on the work of Paul Louis Leger. The history of Nations Series / Ed.-in-Chief H.C. Lodge. – Philadelphia, 1906. – XVII, 494 p.

---

2. The Mirage of Power. British foreign policy. 1902-1922. – V.3. – L.: Routledge & Kegan Paul PLC, 1972. – XVII, 423-759 pp.

3. The Papers of Woodrow Wilson. – Vol.45. Nov.11,1917 – Jan.15, 1918 / Ed.by Arthur S.Link. – Princeton: Princeton University Press, 1984. – 656 p.

4. Unterberger B.M. The United States, revolutionary Russia, and the rise of Czechoslovakia / B.M. Unterberger – Chappell Hill, 1989. – XIV, 463 p.

5. The Papers of Woodrow Wilson. – Vol.46. Jan.16,1918 – March 1918 / Ed.by Arthur S.Link. – Princeton: Princeton University Press, 1984. – 686 p.

6. Mamatey V.S. The United States and East Central Europe, 1914-1919. A study in Wilsonian Diplomacy and Propaganda / Viktor S. Mamatey. – Princeton: Princeton, University Press, 1957. – 401 p.

7. Vavra V. K vojenskopolitičkému pozadí vzniku samostatného Československa / V. Vavra // Historie a vojenství. – 1978. – N4. – S.10-31.

8. Атлас З.А. Из истории распада Австро-Венгрии // Историческая наука на Урале за 50 лет, 1917-1967 / З.А. Атлас. Свердловск, 1968. – С.109-115. 223

9. McAdoo Wilson E. The Woodrow Wilsons / E. McAdoo Wilson. N.Y.: The Macmillan Company, 1937. – X, 301 p.

10. The Lansing Papers, 1914-1920. – V.I-2. – Washington, 1940.

11. Lippmann W. Public Opinion / Walter Lippmann. – N.Y.-L.: The Free Press, 1965. – 272p.

12. War Memories of R.Lansing. – N.Y.: The Bobbs-Merrill company, 1935. – 383 p.

13. Viereck G.S. The Strangest Friendship in History. Woodrow Wilson and Colonel House / G.S.Viereck. – N.Y.: Liveright Inc. Publishers, 1932. – XIV, 375 p.

14. Архив полковника Хауза. – М., 1944. – Т.4. – 400 с.

15. Panaretov S. Diary 1917-1921. Appendix // Petkov M.Petko. The United States and Bulgaria in World War I. – N.Y., 1991. – P.161-252.

16. Cashman S.D. America in the of Titans. The progressive Era and World War First / S.D.Cashman. – N.Y., 1988. – XVI, 605 p.

17. Kawakami K. Japan and world peace / Kiyoshi Kawakami. – N.Y.: Macmillan., 1919. – XV, 196 p.

18. Дневник барона Алексея Будберга // Архив Русской революции. – В 22 тт. – Т.12. – М.: Терра, 1991. – С.197-291.

- 
19. Amerika und die Entente, 22.VII.1918 // Haus-, Hof- und Staatsarchiv. P.A. / 898. (далі: HHStA).
  20. The New Republic. – 1915. – 16 Jan.
  21. The New Republic. – 1918. – 15 June.
  22. Proposals of American Federation of Labor Delegates to Inter-Allied Labor Conference, London, Sept.17-20, 1918 // Labor's official war record / American Labor and the War by S. Gompers. – N.Y.: George H.Doran Company, 1919. – 377 p.
  23. Nachlass Czernin // HHStA. P.A.I/1092 A.
  24. Die sieben und zwanzig Punkte des Präsidenten Wilson. – o.O., 1918. – 8 s.
  25. Aronson T.Crowns in Conflict.1910-1918. – L: Murray, 1986. – XIV, 222 p.
  26. Woodrow Wilson's Fourteen Points After Eight Years. By Manley O.Hudson. An Address at a Dinner in Commemoration of the Birthday of Woodrow Wilson, Minneapolis, Minnesota, December 28, 1925. 224 – N.Y.: Woodrow Wilson Foundation, 1925. – 31p.
  - 27. Creel G.The war, the world and Wilson / George Creel. – N.Y. – L: Harper & Brothers, 1920. – 390 p.
  28. Kalvoda J. The Genesis of Czechoslovakia. – N.Y.: Columbia University Press, 1986. – 673 p.
  29. Kriegs-Ziele Entente-Staaten // HHStA.P.A. I.1052.Liasse Krieg 69.
  30. Михайловский Г.Н. Записки. Из истории российского внешнеполитического ведомства. 1914-1920 / Г.Н. Михайловский. – Кн.1.– М: МО,1993. – 520 с.
  31. Готлиб В.В. Тайная дипломатия во время Первой мировой войны / В.В.Готлиб. – М.: Соцэкгиз, 1960. – 603 с.
  32. Архив полковника Хауза. – М., 1939. – Т.3. – 320 с.
  33. Чернин О. В дни мировой войны. Мемуары. – М.-П.: Государственное издательство, 1923. – 296 с.
  34. Hausmann A. Die Amerikanische Aussenpolitik und die Entstehung der Österreichischen Republik von 1917-1919 / A.Hausmann / Dissertation zur Erlangung des Doktor-Grades an der Philosophischen Fakultät der Universität Wien, 1972. – 262 s.
  35. The World's Work. – 1918. – March. – Vol.35. – N5.



**ЧАРЛЬЗ МАСТЕРМАН І ЗАСНУВАННЯ БРИТАНСЬКОГО  
«БЮРО ВОЄННОЇ ПРОПАГАНДИ»**

У статті на основі широкого кола джерел та літератури висвітлена роль ліберального політика Чарльза Мастермана в організації британської зовнішньополітичної пропаганди на початку Першої світової війни. В центрі уваги знаходиться засноване у вересні 1914 р. секретне Бюро воєнної пропаганди (*Secret War Propaganda Bureau*), більш відоме за місцем розташування як «дім Веллінгтона». Специфічно британський стиль пропаганди на етапі її організаційного становлення визначала невелика група експертів («*the moot*») на чолі з Мастерманом. До створення позитивного іміджу Великої Британії на міжнародній арені вони залучили широке коло інтелектуалів із числа «людей пера», відомих, як правило, далеко за межами країни.

**Ключові слова:** Перша світова війна, британська зовнішня пропаганда, Секретне Бюро воєнної пропаганди («дім Веллінгтона»), Чарльз Мастерман, імідж Великої Британії. 225 —

В статті на основі багаточисленних джерел і літератури освещена роль ліберального політика Чарльза Мастермана в організації британської внешнеполитической пропаганды в начале Первой мировой войны. В центре внимания находится основанное в сентябре 1914 секретное Бюро военной пропаганды (*Secret War Propaganda Bureau*), более известное по месту расположения как «дом Веллингтона». Специфический британский стиль пропаганды на этапе ее организационного становления определяла небольшая группа экспертов («*the moot*») во главе с Мастерманом. К созданию положительного имиджа Великобритании на международной арене они привлекли широкий круг интеллектуалов из числа «людей пера», известных, как правило, далеко за пределами страны.

**Ключевые слова:** Первая мировая война, британская внешняя пропаганда, секретное Бюро военной пропаганды («дом Веллингтона»), Чарльз Мастерман, имидж Великобритании.

*Based on a wide range of sources and literature the article highlights the role of liberal politician Charles Masterman in organization of Brit-*

*ish foreign propaganda at the beginning of the First World War. The focus is on the Secret War Propaganda Bureau, better known by its location as “Wellington House”, established in September 1914. Specific British style of propaganda at the stage of its organizational development was defined by a small group of experts («the moot») led by Masterman. For creating a positive image of Britain in the international realm they enlisted a wide range of intellectuals among the “men of the pen”, usually well known far beyond the country.*

**Keywords:** *World War I, the British foreign propaganda, Secret War Propaganda Bureau (“Wellington House”), Charles Masterman, the image of the United Kingdom.*

226 — Історія Першої світової війни добре вивчена в плані політичному, воєнному, соціальному та економічному. Проте інформаційна складова історії війни лише зачіпалася побічно або в окремих фрагментах. Це стосується і британської пропаганди, про яку можна дізнатися лише із деяких книг, перекладених ще в 20-30-х роках минулого століття. Загалом, це, як висловився один з дослідників, за-недбана тема.

Причин подібної ситуації декілька, проте однією з головних слід вважати стан джерельної бази. Офіційні документи з питань організації пропаганди знищені у 20-ті роки або «втрачені» пізніше [19, р.VII]. У даному разі можна скористатися лише побічними свідченнями з листів, спогадів, щоденників сучасників та учасників подій [5; 7; 10; 11; 12; 13; 23].

Щодо опрацьованої літератури, присвяченій цій темі, зазначимо, що українські дослідники її практично не зачіпали, а в російськомовній літературі вона відображена фрагментарно, поверхово, а головне – нерівномірно. Початковий період організованої пропаганди, пов'язаний з діяльністю таємного «Бюро воєнної пропаганди», більш відомого за місцем розташування як «дім Веллінгтона», залишається найменш дослідженим. У міжвоєнний час, для прикладу, з'явилися окремі книги і статті про «буржуазну політроботу», які переважно були реакцією на розрекламовану тоді в Німеччині версію про «удар кинджалом у спину» [2; 4]. Видана ж у 1928 році у перекладі російською мовою наполовину скорочена праця Кемпбелла Стюарта дезорієнтує читача вже самим заголовком [9], бо насправді в оригінальному виданні йдеться не

про англійську пропаганду як таку, а лише про одну «славнозвісну кампанію» 1918 року [21].

У подальшому про діяльність «дому Веллінгтона» в кращому випадку лише згадувалося. Тому довгий час сталою залишалась думка про те, що власне організована пропаганда розгорнулася аж наприкінці війни.

Між тим англійські історики ще з 80-х років минулого століття почали рішуче переглядати співвідношення і роль різних організацій у британській пропаганді. У процесі такого перегляду відповідне місце знайшлося і «дому Веллінгтона», й іншим закладам та відділам, діяльність яких раніше недооцінювалась, а то й просто ігнорувалась [19; 20; 22]. На жаль, ці «ревізійніські», як назвали їх критики, праці випали з поля зору пострадянських істориків.

Мета даної статті полягає у висвітленні британської зовнішньополітичної пропаганди на етапі її організаційного становлення (1914-1916 рр.). В центрі уваги знаходиться Бюро воєнної пропаганди («дім Веллінгтона») та його засновник і незмінний керівник Чарльз Мастерман.

Отже, на початку серпня 1914 року Велика Британія, спираючись на могутні резерви імперії, вступила у війну, переслідуючи цілком конкретні цілі: підірвати позиції Німеччини як головного економічного конкурента, зберегти, а при нагоді й розширити колоніальні володіння, утримати статус великої держави. Однак, таке суто матеріалістичне пояснення, м'яко кажучи, не надихало пересічного британця; тому правлячі кола надавали виключно великого значення виправданню позиції своєї країни, пошукам моральних імперативів. Наявність в Англії більш широкого, ніж в інших державах, кола політичних свобод, вільної преси, відсутність обов'язкової військової повинності, а звідси – нечисельність армії, окрім, правда, колоніальних формувань – все це змушувало ліберальний уряд Герберта Асквіта докладати потужних зусиль, щоб розвинути провоєнний народний ентузіазм.

Політичний верхівці британського суспільства тих далеких часів та її ідеологам слід віддати належне. Перші місяці війни засвідчили небачений провоєнний ентузіазм практично усіх прошарків населення, тому добровольців виявилось більш ніж достатньо. До того ж, мало хто міг передбачити, що війна буде затяжною, тотальною і виснажливою. Відомий політик Девід Ллойд Джордж засвідчив

у своїх мемуарах: «Війна закінчиться до Різдва» – саме таке гасло було популярним у той час» [5, с. 474].

Проте, попри всі ці оптимістичні надії, уряд і відповідні підрозділи вважали необхідним організаційно підтримувати цей ентузіазм. Вже в серпні 1914 року під керівництвом прем'єр-міністра Г.Асквіта була заснована перша пропагандистська координуюча організація «Центральний комітет національних патріотичних об'єднань» з метою «виправдати історично і морально позицію Англії у війні». Головне завдання формулювалося таким чином: «інформувати громадськість всередині країни та за її межами стосовно причин і життєво важливих питань війни». Активну пропаганду в цьому напрямку вели різні товариства, групи, об'єднання, такі як «Клуб Кобдена», «Атлантичний союз», «Азіатське товариство», «Вікторіанська ліга» та інші. На спільному засіданні обох палат парламенту король Георг V закликав депутатів «зробити все можливе для виправдання нашої участі у війні» [14, р. 26-27].

228

— Акцентуючи на агресивності противника і виправданні участі Британії у війні, пропаганда оперувала різними аргументами, закликаючи захистити «європейську цивілізацію», «свободу і демократію», «нову Європу» тощо. Подібні стереотипи заповнили газети і журнали. Читачів запевняли, що війна з боку союзників перетворюється на «хрестовий похід» за високі моральні ідеали. У цьому сенсі надзвичайно розвинута у Британії преса і публіцистика добре виконували свої завдання.

Проте, на відміну від «внутрішнього фронту», пропаганда за межами країни була в ті часи новиною і потребувала чималої ініціативи та цілеспрямованих зусиль. Важко сказати, хто першим подав ідею цієї нової справи – сам голова уряду Герберт Асквіт чи один із його міністрів, Девід Ллойд Джордж, що яскраво проявив себе у сфері соціальної риторики і демагогії. Можливо, це була думка всього ліберального Кабінету, очолюваного Асквітом, який з самого початку вирішив мобілізувати творчі сили країни з метою виправдати власне рішення про вступ у війну не тільки всередині країни, а й за її межами.

Торкаючись пропаганди, слід мати на увазі ще й певні психологічні фактори, або ширше – ментальність. Саме слово «пропаганда» в Британії сприймається негативно. Його рідко використовують навіть ті, хто фактично нею займається, замінюючи, як

правило, словами «просвіта», «інформація», «публісіті», «освіта», які не відображають істинної суті пропаганди. Наприклад, «публісіті» асоціюється з поширенням фактів, а «виховання» або ж «навчання» (education) вчить як думати. Пропаганда ж пов'язана з поширенням ідей, прагне нав'язати саму думку (що думати). Детально розглянувши різні варіанти, Філіп Тейлор дійшов висновку, що «публісіті» і «пропаганда» – різні види діяльності, проте в британській практиці вони неподільні [22, р. 2-7].

Є й інші спроби розмежувати ці поняття, але майже всі дослідники наголошують на своєрідності британської пропаганди, яка суттєво відрізняється від тієї, яку практикують інші держави. Вона допустима лише за надзвичайних обставин, і навіть у такому випадку виключається її зв'язок з урядом. Одним словом, це – не гідна джентльмена «брудна справа», і жоден поважаючий себе політик не стане займатись нею за звичайних умов.

Тим не менше, стан війни і невизначеність її закінчення змушували вдаватись до непопулярних методів, в тому числі й пропаганди. В даному випадку логіку поведінки відображає відомий англійський практицизм: якщо щось реально існує, його можна і потрібно використати. Англійська народна мудрість каже: «Бог створив овець для того, щоб їх стригти». Пропаганда, як повідав своїм співвітчизникам редактор «Daily Chronicle» Роберт Дональд, «докорінно суперечить нашим почуттям і традиціям». Проте, це не перешкодило йому проявити себе одним з її найактивніших організаторів.

Отже, від початку війни зовнішньополітична пропаганда була визнана необхідною. Організувати «війну слів» доручили Чарльзу Мастерману – канцлеру герцогства Ланкастерського, який, одночасно з цією високою, але фіктивною посадою, очолював Національну комісію по страхуванню. На той час він був одіозною фігурою серед верхівки Ліберальної партії і як політик (в ранзі міністра з особливих доручень) переживав немалі труднощі. До певної міри, вони пов'язані із загальною кризою британського лібералізму.

На початку ХХ століття Мастерман був відомий як журналіст, літературний редактор газети «Daily News» та досить здібний публіцист – автор декількох творів, пронизаних почуттям глибокого соціального песимізму. В їхньому числі – «3 безодні: про її мешканців» (1902, 1911), «Небезпека змін. Нариси, написані в

спокійний час» (1905), «Стан Англії» (1909, 1911) та інші. В цих роботах Мастерман передбачав великі соціальні потрясіння та світові катаклізми. Він визначив «стан Англії» як клубок суперечностей, що унеможливають узгодження старих інтересів з новою політикою, колишніх інституцій з новою енергією, інстинкту індивідуалізму з вимогами загального блага [1, с.85]. У такій перспективі майбутній прогрес уявлявся сумнівним і ненадійним: «Ми не знаємо, чи взагалі виживемо, а якщо й виживемо, то скільки нас буде, коли після довгої ночі настане ранок» [16, р. 84].

230 — Як прибічник «нового лібералізму» (в 1920 р. він видав книжку з такою назвою) і відповідних йому «нових цінностей» у британському суспільстві, Мастерман закликав письменників до нового бачення культурних обривів і сам став активним членом клубу сприяння реформам («The Coefficients Club»), створеного за ініціативи відомих соціальних реформаторів Сідні та Беатріс Веббів. Враховуючи особливу роль клубів у суспільно-політичному житті країни, ця «надпартія» об'єднала представників різних політичних уподобань (лібералів, фабіанців, консерваторів-уніоністів тощо) у своєрідний «тіньовий кабінет експертів». Його члени (подружжя Вебб, Леопольд Емері, письменник Герберт Веллс та ін.) активно пропагували соціал-імперіалізм, з особливим акцентом на соціальні реформи і «новий погляд» на імперію [8, с. 80-81]. З цією метою намагались зацікавити політиків нової генерації. Зокрема, Мастерман намагався вплинути на Ллойд Джорджа. Але вийшло навпаки. Енергійний міністр фінансів побував на клубних обідах, послушав «коефіцієнтів», посперечався, і на цьому все й закінчилось, а ось сам Мастерман надовго попав під його вплив і став фактично першим помічником у втіленні політики соціального маневрування. Саме Ллойд Джордж запропонував Мастерману в 1911 році очолити Національну комісію страхування, яка розмістилася в квартирах біля Букінгемського палацу, більш відомих як Веллінгтон-хаус.

Це призначення стало по суті початком кінця політичної кар'єри ревного виконавця соціальних проектів Ллойд Джорджа. В результаті провалу кампанії соціального страхування очільник Комісії став постійним об'єктом критики в парламенті та пресі, що похитнуло його виборчі позиції. Починаючи з 1911 року, він неодноразово програвав вибори до Палати громад, викликаючи при цьому глузування з боку керівництва Ліберальної партії. Її лідер

і водночас голова уряду Асквіт охарактеризував Мастермана як «ніби й розумного, але дуже вже непривабливого» [12, р. 340-341]. В кінцевому підсумку до такої думки схилився і Ллойд Джордж. В розмові з впливовим газетярем лордом Рідделом 13 червня 1914 року він зазначив, що Мастерман «дуже непопулярний в Палаті громад, запустив свою роботу, зловживає спиртним і навіть непристойно виглядає» [23, р. 83].

Загалом, як засвідчують зазначені вище оцінки, Мастерман катастрофічно втрачав ту суспільно значиму характеристику, яка була визначальною для морального й соціального клімату тодішньої Британії. На той час, як зазначає Модріс Екстайн, репутабельність цінувалась вище багатства чи влади [15, р. 130]. Втрачаючи цю суто британську соціальну цінність, кожен політик наближався до тієї межі, коли йому, як кажуть англійці, залишалось тільки «to accept the Chiltern Hundreds», тобто добровільно піти у відставку.

Проте, попри всі закулісні персональні зневаги щодо Мастермана, в правлячій верхівці лібералів продовжувались пошуки належного заняття для свого майже збанкрутілого однопартійця. Цікаву інформацію з цього приводу знаходимо у конфіденційних листах вже згадуваного лідера партії Герберта Асквіта до своєї платонічної коханки Венеції Стенлі. Не приховуючи власних емоцій, він запитує: «Що ти скажеш стосовно призначення Джека Піза в Ірландію (там зараз не треба дуже розумного), а М. – в Освіту?». Але через декілька днів повідомляє, наскільки небезпечно бачити «англо-католика в Міністерстві освіти» [12, р. 273]. А Ллойд Джордж безцеремонно заявив, що великий коштовний хрест на шиї Мастермана, яким той так хизується, коштує декількох десятків виборців.

Службові митарства Чарльза Мастермана закінчились на початку Першої світової війни. Саме він за дорученням Асквіта та підтримки Ллойд Джорджа був призначений керівником пропаганди, націленої за межі Британії. Примітним є те, що, повідомляючи про це в черговому конфіденційному листі, голова уряду самого слова «пропаганда» так і не вжив: «Справа Мастермана, здається, вирішена: ...ми знайдемо йому із фондів Секретної служби оплату роботи по огляду американської та іншої преси» [12, р. 398].

Вірогідно, що офіційна назва очолюваної Мастерманом організації «Бюро Воєнної Пропаганди» (War Propaganda Bureau) не виникла на початку реальної пропагандистської діяльності,

а значно пізніше, коли на її рахунок стали перераховувати певні суми. Деякий час Мастерман діяв неофіційно під прикриттям Національної страхової комісії в «домі Веллінгтона», головою якої він все ще формально залишався. Можливо, саме цим пояснюється розходження думок про початок діяльності Бюро Воєнної пропаганди (далі – БВП). Навіть англійські автори вказують різні дати – 1914, 1915 і навіть 1916 рік. На нашу думку, можна говорити про пропагандистську діяльність «дому Веллінгтона» з самого початку війни, а БВП як офіційної організації – з початку 1915 року, коли із фонду секретних служб почали виділяти спеціальні кошти.

232 — Всупереч демократичним традиціям, призначення голови Бюро, як і його подальша діяльність, не знайшли відгуку в пресі, і лише декілька парламентарів мали про це невиразне уявлення. Тільки в кінці 1915 року на пряме запитання в Палаті громад про діяльність Мастермана послідувала ухильна відповідь прем'єр-міністра про те, що Мастерман і його помічник отримують близько 1200 фунтів стерлінгів щорічно для організації дуже важливої роботи. Як потім зазначив Г. Асквіт, її ефективність великою мірою залежить від секретності, тому в інтересах спільної справи небажано в подальшому робити будь-які заяви з цього приводу.

Початком пропагандистської діяльності БВП можна вважати 2 вересня 1914 року, коли за ініціатииви того ж Мастермана у невеликій залі будинку Веллінгтона, що біля Букінгемських воріт, відбулося зібрання іменитих письменників. За одним столом засідали ті, кого можна з впевненістю вважати літературними знаменитостями: Томас Гарді, Арнольд Беннет, сер Артур Конан Дойль, сер Джеймс Баррі, Ентоні Хоуп, сер Гілберт Паркер, Джон Голсуорсі, Гілберт Честертон, Герберт Уеллс та інші. З поважних причин не змогли прибути Редьярд Кіплінг та сер Артур Коуч. Їх відсутність цілком компенсували найвідоміші в майбутньому історики – Арнольд Тойнбі, Джордж Тревельян та Льюїс Немір. Надзвичайність ситуації підтверджував і порядок денний конференції, скликаної негласно за персональним списком: у зв'язку з воєнним станом британський уряд закликав письменників взяти участь в організації та розробці спільних принципів і методів пропаганди.

Не менш важливим за декілька днів (7 вересня 1914 р.) стало зібрання надійних, як тоді вважалось, «людей пера» іншого жанру: власників і редакторів впливових газет, відомих журналістів



і публіцистів, загалом, всіх тих, кого в Англії вже тоді називали «*opinion-makers*» (ті, що формують суспільну думку).

Безпосереднім підсумком згаданих заходів стала поява в газетах патріотичної заяви 53-х літераторів, причому настільки відомих, що біографії більшості з них можна прочитати в монументальній «Енциклопедії видатних письменників світу». Як і очікувалось, союзники Британії з ентузіазмом підтримали заклик до боротьби проти «спільного ворога Європи і людства». З відповідними коментарями заяву опублікували французькі та російські газети.

Як вже зазначалось, деякий час пропаганда велась неофіційно, на аматорському рівні, під протекторатом Національної страхової комісії. Прикриття було майже ідеальним, якщо врахувати, що її службовці фактично відійшли від справ після невдалої страхової кампанії. Тому вони без заперечень переключились на нову, хоча й неперестижну, діяльність. Більше того, деякі страхоагенти взяли на себе всю організаційну роботу секретарів, менеджерів та інших технічних працівників.

233

Таким чином, зміст і методи пропаганди визначала невелика група інтелектуалів, у яку входили в основному історики (Дж. Хідлем-Морлі і майбутні знаменитості – Арнольд Дж. Тойнбі та Льюїс Немір), а також письменники (Ентоні Хоуп і сер Гілберт Паркер). Зустрічались майже щоденно для обговорення як стратегічних завдань, так і поточних справ. Мастерман дещо жартома назвав цю групу втаємничених давнім терміном «*the moot*» (зібрання вільних громадян для обговорення спільних справ общини). Це був справжній «мозковий центр»; всі інші штатні працівники, включаючи експертів, клерків, машиністок, залишалися просто виконавцями. Стосовно їх кількості немає єдиної думки. Для прикладу, на лютий 1916 року склалась така структура: 18 експертів, 11 клерків і 7 машиністок. Під кінець діяльності БВП (початок 1917 р.) кількість виконавців зросла до 54-х [20, р. 144]. Цифра, слід визнати, невелика у порівнянні з розмахом запланованої роботи.

Проте, основний інтелектуальний потенціал пропаганди складала гуманітарна інтелігенція всієї країни (так звані «*men of the pen*» – люди пера). Саме з цього середовища керівництво БВП обирало потрібних людей, частіше всього відкриваючи їм лише частково таємниці своєї езотеричної організації. Масова мобілізація «людей пера» сприяла формуванню специфічного англійського стилю

пропаганди в 1914-1916 роках.

«Бюро» розпочало роботу з великим розмахом, адже його діяльність повинна була охопити регіони Скандинавії та Латинської Америки, а також США, Росію, Нідерланди та інші країни. З самого початку був окреслений об'єкт впливу: головним чином керівництво БВП орієнтувалось не на населення тої чи іншої країни в цілому, а на її інтелектуальну еліту – впливових людей у сфері політики, економіки, культури. Саме для них складались відповідні матеріали, в тому числі й памфлети, а також спеціальні пропагандистські видання типу «Ілюстровані воєнні новини» англійською мовою, «El Espelho» – португальською (для розповсюдження в Португалії та Бразилії), «America Latina» для іспаномовної Південної Америки.

234 — Зміст памфлетів, як основного «продукту», що використовувався з метою пропаганди, свідчить про її фактологічний характер: достовірні, на перший погляд, інформація супроводжувалась зваженими аргументами. Звичайно, факти ретельно підбирались, допускалось також перебільшення одних фактів та недооцінка або навіть замовчування інших, правда нерідко підмінювалась напівправдою. В кінцевому підсумку на основі «тільки фактів» створювались необхідні «міражі». Але при цьому намагались, по можливості, уникати чуток, необгрунтованих припущень або явної неправди. Створювати видимість об'єктивності – це, можна сказати, стало провідним принципом діяльності Веллінгтон-Хауз, установленим особисто Чарльзом Мастерманом. Важливо, вважав він, забезпечити необхідну міру правдоподібності навіть для неправдоподібної події [17, р. 274]. Це означало, що повідомлення повинні походити з документальних джерел, представлених поважними і відомими авторами або упорядниками.

І дійсно, серед активних співробітників «бюро», а ще більше – серед залучених, так би мовити, *ad hoc* (для даного випадку), можна виявити прізвища найвідоміших журналістів, письменників, вчених. Деякі з них, такі як Арнольд Тойнбі, Ентоні Хоуп, Едвін Бівен, Арнольд Беннет, Гілберт Честертон та багато інших, працювали захоплено, з ентузіазмом. Можливо їх приваблювала таємничість справи, бажання перенестись хоча б на деякий час у світ вигаданих героїв своїх книг. Інші – їх значно менше – просто піддалися загальному ажіотажу або не могли йому протистояти. До цієї категорії явно належать Джон Голсуорсі і Томас Гарді. Обидва були присутні

на таємному зібранні на початку вересня 1914 року, написали на замовлення декілька патріотичних есе, проте задоволення від цієї вимушеної роботи не отримували. Гарді не сприймав патріотизм у вузькому значенні, поширюючи це почуття на «всю земну кулю». Під час особистої бесіди з Голсуорсі він зізнався, що йому «складно писати патріотичні поеми, оскільки чітко проглядається інша сторона...» [18, р. 512]. Його співрозмовник, у свою чергу, на початку війни відчував себе безсилим в атмосфері «загального божевілья». Про це свідчить запис у щоденнику Голсуорсі від 3 серпня 1914 року: «Написав декілька слів про мир, але не буду нікуди посилати. Чи є сенс у намаганнях протиставити шепіт урагану?» [Цит. за: 3, с.346]. Літературний доробок тих років відображає усі сумніви письменника: від провального патріотизму до прямого протесту проти жахів війни.

Таким чином, лише малій кількості осіб вдалось уникнути спокус пропаганди, а ще меншій, тобто, власне кажучи, окремим самітникам, вдалось протиставити пануючим настроям свою особисту антивоєнну позицію. Як вже було зазначено, в перші роки війни звернення керівництва Веллінгтон-Хауз до «людей пера» знайшло майже однастайні розуміння та підтримку. Лише парадоксальний Джордж Бернард Шоу «не зрозумів» заклику і намагався протиставити йому «Здоровий глузд про війну». Дещо пізніше ірландський поет і драматург У.Б. Єтс (William Butler Yeats) на пропозицію написати поему провального змісту «відгукнувся» віршем «Чому потрібно мовчати». Однак ці поодинокі виступи не могли вплинути на загальну ситуацію. Вони швидше були виключенням з правил; до того ж потрібно врахувати те, що обидва згадані письменники – ірландці, а це суттєво міняє оцінку їх позиції. Як зазначив в одному з листів воєнного часу Б. Шоу, «у мене на батьківщині патріотизм набуває форми непримиренної ворожості до англійського правління» [11, с. 326].

Якщо мова йде про Бернарда Шоу, його особливу позицію можна оцінити в зовсім іншому контексті. На початку ХХ століття в Англії (і не тільки) він здобув репутацію пророка-викривача; до цього ампула письменника звикли як влада, так і публіка. За оцінкою колишнього радянського посла в Англії І.М. Майського, Бернард Шоу «став бунтівним одинаком по-англійськи» [6, с.21]. Тому не позбавленою змісту є підозра в тому, що британський уряд і офіційна про-

паганда не просто змирились, але й вигідно використали його виняткову рішучість вільно писати і говорити навіть в умовах воєнної цензури. Через десять років після закінчення війни американський журналіст Джордж Вайрек спробував уточнити свої підозри щодо цього. У відвертому особистому посланні Шоу він, зокрема, писав: «Уеллс цілком свідомо помішався на пропаганді. Ви залишилися самим собою, але англійці дуже вдало використали саме той факт, що вам було дозволено висловлюватись з такою щирістю і прямою. Це створювало ілюзію, що свобода слова збереглась лише в Англії. Свідомо чи ні, але ви стали частиною майстерно створеної британським урядом ширми. За цією ширмою були секретні договори і угоди, а в проміжках між вашими вибуховими статтями і детонаціями Уеллса пристосоване вухо могло чітко почути приглушене гарчання Британського лева» [24, р. 138].

236 — Діаметрально протилежну Б. Шоу позицію зайняв не менш відомий на той час письменник Арнольд Беннет, який працював на ниві пропаганди з великим натхненням. Переживаючи напередодні війни глибоку душевну кризу, він знайшов вихід саме у пропаганді, у якій, за власним зізнанням, «почерпнув таку хвилю натхнення, наче знову народився» [13, с. 352].

Загалом, Чарльзу Мастерману вдалося, за рідкісним виключенням, у стислі строки залучити до пропагандистської діяльності інтелектуальну еліту із числа т. зв. «людей пера» і організувати ефективну роботу таємного Бюро воєнної пропаганди з метою сформувати позитивний імідж Британії на міжнародному рівні. У цьому сенсі заснування «дому Веллінгтона» у вересні 1914 року можна вважати прецедентом в інформаційному протистоянні доби Першої світової війни.

#### Джерела та література:

1. Бредбері М. Британський роман нового часу: Пер. з англ. / Малколм Бредбері. – К.: MSBrand Corporation, 2011. – 480 с.
2. Блументаль Ф. Буржуазная политработа в мировую войну 1914 – 1918 гг. Обработка общественного мнения / Фридрих Лепольдович Блументаль. – М.-Л.: Государственное издательство, 1928. – 168 с.
3. Воропанова М. И. Джон Голсуорси : очерк жизни и творчества / М.И. Воропанова. – Красноярск: Красноярское книжное изд-во, 1968. – 550с.

4. Лассуэл Г. Техника пропаганды в мировую войну / Гарольд Лассуэл / Пер. с англ. – М.- Л., 1929. – 212 с.

5. Ллойд Джордж Д. Военные мемуары: в 6 томах: Пер. с англ. / Девид Ллойд Джордж – М.: Соцэкгиз, 1934. – Т. 1-2. – 678 с.

6. Майский И. М. Из воспоминаний о Бернарде Шоу и Герберте Уэллсе / Иван Михайлович Майский. – М.: Правда, 1973. – 64 с.

7. Рассел Б. Автобиография : Пер. с англ. / Бертран Рассел // Иностранная литература. – 2000. - № 12. – С. 97 – 240.

8. Сергеев Е.Ю. Группы влияния в Великобритании эдвардианского периода, 1901-1910 гг. / Евгений Юрьевич Сергеев // Европейские сравнительно-исторические исследования / Институт всеобщей истории РАН – Вып.3: История и сообщества. – М: ИВИ РАН, 2010. – С. 77-88.

9. Стюарт К. Тайны дома Крю. Английская пропаганда в мировую войну 1914 – 1918 гг.: Пер. с англ. Ф. Блументаля / Кэмпбелл Стюарт . – М.- Л.: Госиздат. Отдел военной литературы, 1928. – 124 с.

10. Тойнби А. Дж. Пережитое. Мои встречи: Пер. с англ. / Арнольд Джозеф Тойнби – М.: Айрис-пресс, 2003. – 672 с.

11. Шоу Б. Автобиографические заметки. Статьи. Письма / Бернард Шоу/ Сост. А. Образцовой и Ю. Фридштейна. — М.: Радуга, 1989. — 496 с.

12. Asquith H.H. Letters to Venetia Stanley/ Selected and ed. by Michael and Eleonor Brock / Herbert Henry Asquith. – Oxford: Oxford University Press, 1982. – 676 p.

13. Bennet A. Letters of Arnold Bennet / Edited by James Hepburn. – L.: OUP, 1968. – vol. II: 1889-1915. – 387 p.

14. Cate Haste. “Keep the Home Fires Burning”: Propaganda in the First World War / Haste Cate – L.: Allen Lane, 1977. – 230 p.

15. Eksteins M. Rites of Spring. The Great War and the Birth of the Modern Age / Modris Eksteins. – Boston: Houghton Mifflin, 1989. – 396 p.

16. Masterman C.F. The condition of England / Charles Frederick Masterman. – L.: Methuen,1909. – 211 p.

17. Masterman L. C.F.G. Masterman. A biography / Lucy Masterman. – L.: Cassells,1939. – 400 p.

18. Miligate M. Thomas Hardy. A biography / Michael Miligate. – N.Y.: Random House, 1982. – XVI, 637 p.

19. Sanders M.L., Taylor P.M. British Propaganda During the First

World War, 1914-1918 / M.L. Sanders, P.M. Taylor. – L.: The Macmillan press, 1982. – 320 p.

20. Sanders M.L. Wellington House and British Propaganda during the First World War / M. L. Sanders // *The Historical Journal*. – 1975. – vol.18. – №1. – P. 119-146. – Appendix A. – P. 144.

21. Stuart C. *Secrets of Crewe House: the Story of a Famous Campaign* / Campbell Stuart. – L.: Hodder and Stoughton, 1920. – 256 p.

22. Taylor M. Ph. *The Projection of Britain. British overseas publicity and propaganda, 1919-1939* / Philip M. Taylor. – Cambridge: Cambridge University Press, 1981. – 445 p.

23. *The Riddell Diaries, 1908-1923* / Ed. and with introduction by J.M. McEwen. – L.: Athlone Press, 1986. – XXIII, 430 p.

24. Weintraub S. *Journey to Heartbreak. The crucible years of Bernard Shaw 1914-1918* / Stanley Weintraub. – N.Y.: Weybright and Talley, 1971. – 368 p.

**ХУДОЖНЯ ЛІТЕРАТУРА ЯК ЗАСІБ ПРОПАГАНДИ  
(НА ПРИКЛАДІ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)**

У статті автор намагається визначити роль художньої літератури як засобу воєнної пропаганди у переддень та на початку Першої світової війни. Звертається увага на те, що творчість та громадянська позиція письменників, поетів напередодні світового конфлікту мала визначальний вплив на населення країн-учасниць світової війни, сприяла зростанню як патріотичних почуттів, так і шовінізму, ненависті до можливого (а згодом і реального) ворога.

**Ключові слова:** Перша світова війна, художня література, пропаганда, патріотизм.

В своей статье автор делает попытку определить роль художественной литературы как средства военной пропаганды накануне и в начале Первой мировой войны. Обращается внимание на тот факт, что творчество и гражданская позиция писателей, поэтов накануне мирового конфликта сыграли важную роль в формировании отношения населения континента к войне, способствовала росту как патриотических чувств, так и шовинизма, ненависти к возможному (а позднее и к реальному) врагу.

**Ключевые слова:** Первая мировая война, художественная литература, пропаганда, патриотизм.

In her article the author tries to define the role of fiction as the means of propaganda before and at the beginning of the First World War. By authors view, the work of writers and poets before the world conflict played the important role in formation the peoples' attitude toward war, contributed to the growth of both patriotism and chauvinism, execration to the enemy.

**Keywords:** First World War, fiction, propaganda, patriotism.

Серед подій, які відіграли ключову роль у розвитку людства, не можна не назвати Першу світову війну – подію, яка ознаменувала завершення однієї історичної епохи і початок нової. Війна 1914-1918 років стала тією точкою відліку, від якої фактично й розпочалося ХХ століття з усіма його суперечностями та інноваціями у всіх сферах життя, починаючи від військової техніки і завершуючи

сферою культури та освіти. Водночас спостерігаємо взаємовплив світової війни та пропаганди. З одного боку, воєнна пропаганда сприяла розв'язанню війни, а з іншого – Велика війна фактично витворила нові форми агітації населення до участі у війні, сформуvala нові підходи «мобілізації свідомості» щодо позитивного ставлення та сприйняття війни.

Перші роботи, присвячені подіям світової війни 1914-1918 років, з'явилися одразу після її завершення. Однак вони у переважній своїй більшості стосувалися виключно військових аспектів – діяльності генеральних штабів, бойових операцій тощо. Так, у 1921 році була опублікована праця британського дослідника Н.Літтона, в якій автор проаналізував роботу генерального штабу Великобританії в роки війни, його зв'язки з громадськістю [17]. Водночас перші звернення західних дослідників до теми воєнної пропаганди мали місце у 1940-х роках. Дж. Рід у своїй праці «Пропаганда жахів: 1914-1918» здійснив спробу аналізу ролі пропаганди у розв'язанні та ході Першої світової війни. Його дослідження стало важливою складовою у вивченні трансформації суспільної свідомості населення західноєвропейських країн під впливом подій війни 1914-1918 років [19]. У сучасній західній історіографії досить поширеним і популярним є використання літературних джерел для вивчення тих чи інших історичних подій та явищ. Чимало дослідників, зокрема М.Лощніг та Б.Шульц, присвятили свої роботи вивченню взаємозв'язку літератури з історичним процесом та відображенню у першому змін у суспільній свідомості, спричинених у тому числі й подіями Першої світової війни [16, 20]. Стаття останнього викликає особливий інтерес, оскільки в ній науковець спробував показати вплив урядової політики на характер літературних творів, що з'явилися напередодні та під час війни. Дослідники Дж.Сталворсі та В.Найт у своїй науковій роботі звернулися до творчості поетів – учасників війни, їхнього бачення війни та своєї ролі в ній [21, 15]. Наприкінці ХХ століття були опубліковані і твори окремих поетів з передмовами про їх творчий шлях та воєнний досвід, наприклад, поезії Е.Блундена [12].

Вивчення Першої світової війни є актуальним і в сучасній українській історіографії. Одним із провідних центрів дослідження війни 1914-1918 років став факультет історії, політології та міжнародних відносин ЧНУ ім. Ю.Федьковича. Саме його науков-



цями був упорядкований та опублікований у 1994 році збірник «Перша світова війна: сторінки історії», в якому були представлені наукові розвідки, присвячені різним аспектам Великої війни [6]. Науковці ЧНУ ім. Ю.Федьковича продовжують активно працювати в даному напрямку. Так, наприклад, їхні дослідження представлені у міжнародному багатотомному дослідницькому проекті, присвяченому історії народів Австро-Угорської імперії у роки Першої світової війни, перший том якого вийшов у 2012 році [5].

Необхідно зазначити, що тема Першої світової війни залишається важливою складовою сучасних історичних досліджень і в Російській Федерації. Більше того, впродовж останніх років значна увага приділяється саме суспільній, духовній складовій. Так, наприклад, настрої та проблеми розвитку американського, італійського, німецького, британського та інших суспільств в роки світової війни розглянуті авторами тритомного московського видання «Війна й суспільство у XX столітті» [2]. У ній автори не тільки спробували проаналізувати конкретні соціуми в роки війни, але й визначити основні теоретичні проблеми дослідження взаємозв'язку війни та суспільства, особливу увагу звертаючи на масові настрої у переддень та під час першої світової.

241

Мета даної наукової розвідки – проаналізувати роль художнього слова у формуванні громадської думки європейського суспільства напередодні та на початку Першої світової війни.

На рубежі XIX–XX століть і в країнах Західної Європи, і в Російській імперії тривали дискусії про природу війни, її роль в історії людства. Не останню роль у цій дискусії відіграли літератори того часу – поети, письменники, які не тільки висловлювали свою позицію щодо війни та миру, але й формували громадську думку з даного приводу. Загострення політичної ситуації у 1914 році, початок та самий хід війни спричинили інтелектуальну дискусію і щодо причин та цілей цієї війни. Серед авторів – учасників полеміки, можна знайти імена відомих англійських письменників Г.Уелса [8] та А.Конан-Дойля [13]. Російськими властями також була видана значна кількість пропагандистської літератури з метою формування образу ворога у свідомості широких верств населення та підтримки патріотичних почуттів серед вояків, прикладами якої можуть слугувати твори М.Бречкевича [1], В.Йосипова [4] та інших.

Початок війни у 1914 році аж ніяк не свідчив про те, що ло-

кальний конфлікт перетвориться на світову війну. Для сучасників вона була Великою війною і лише згодом отримала назву Першої світової. На нашу думку, означення війни 1914-1918 років «Великою» мало (і продовжує мати) сенс, оскільки ті зміни, які вона спричинила у духовному житті народів, що брали в ній безпосередню чи опосередковану участь, не можна недооцінювати. Водночас історики традиційно звертають більшу увагу на дипломатичні, політичні, економічні, соціальні наслідки війни, оскільки їх набагато легше визначити і прослідкувати, аніж психологічні, духовні. Щодо останніх, то вони, зрозуміло, найбільш повно представлені у художній літературі та мистецтві. З іншого боку, і література, і мистецтво активно використовувалися впродовж війни для її пропаганди урядами воюючих держав, тож їх можна віднести і як до засобів війни, і як до джерел її розуміння та вивчення.

242 — Західна Європа перед початком війни перебувала в атмосфері спокою і віри в прогрес як головну ідею розвитку. Остання була зумовлена цілим рядом відкриттів у природничих науках, зроблених наприкінці XIX – на початку XX століття таким відомими науковцями, як К.Рентген, М.Кюрі, А.Ейнштейн тощо. У цей час з'являються нові імена (наприклад, З.Фрейд, М.Вебер) та, відповідно, теорії у психології та соціології, а також в інших галузях людської діяльності. Все це сприяло загальному науковому, культурному й, природно, матеріальному поступу. Як зазначав у своїх «Спогадах європейця» відомий австрійський письменник С.Цвейг, «за сорок мирних років економіка, зміцніла, техніка прискорила ритм життя, наукові відкриття сповнювали гордістю душі сучасників, розпочалося піднесення, яке у всіх країнах Європи було практично однаково відчутним...» [10, с.283].

Відомі французькі письменники того часу Ромен Роллан та Роже Мартен дю Гар у своїх творах відтворили образ французької молоді, згідно якому остання уособлювала в собі рух до кращого, більш вільного, й справедливого життя. Подібні уявлення про молодь панували і в інших країнах Західної Європи, зокрема в Німеччині. Водночас прагнення змін до кращого мало швидше характер пасивного очікування та надії, аніж активної дії. Європейська молодь того часу була патріотично налаштована, але не відзначалася політичною активністю, тож правлячі кола європейських держав максимально використали її патріотичний запал, доклали макси-

мум зусиль для його підтримки та для розпалювання у суспільстві шовіністичних та експансіоністських настроїв. Для цього були використані різноманітні засоби, в тому числі й художні.

Роль художньої літератури у моральній підготовці населення західноєвропейських країн до війни, яка згодом увійшла в історію як Перша світова, складно недооцінити. І якщо нині – у сучасному інформаційному суспільстві – вплив художньої літератури на масову свідомість не може конкурувати з впливом інтернет-технологій (в першу чергу соціальних мереж), які з кожним днем дедалі більше входять не лише у побут, але й у свідоме і несвідоме життя сучасної людини, то на початку минулого століття серед наявних пропагандистських засобів були виключно преса та художня література. У цей час у книгарнях воюючих держав з'явилася велика кількість воєнно-утопічних романів, автори яких звертали свій погляд у майбутнє. Кожен з них, відповідно до своєї національної (державної, ідейної) приналежності, представляв війну і зображував її як військово-політичне протистояння між європейськими країнами.

Найбільшої популярності і поширення воєнно-утопічний роман набув у Німеччині. Однак твори, написані у цьому жанрі, також з'явилися у Великобританії і Франції. Чимало романістів у своїх творах зуміли спрогнозувати розвиток подій та поведінку окремих політичних сил під час реального військового конфлікту, а саме – відступництво соціал-демократів від своїх позицій, можливий розвиток революційного руху в Німеччині у зв'язку з майбутньою війною тощо [11, 14]. У більшості воєнних романів автори схвалювали саму можливість війни, підкреслювали її позитивний вплив на життя і поведінку людей, закликаючи останніх стати героями у майбутній війні, оскільки саме моральна перевага повинна була стати вирішальною умовою майбутньої перемоги однієї держави над іншою. Всі ці романи мали виховати у людей такі почуття як ненависть до ворога, любов до Батьківщини, а також мудрість, стійкість, відданість.

Необхідно зазначити, що на початку ХХ століття роль творчої інтелігенції у суспільному житті зросла, а її позиція щодо того чи іншого питання була еталоном для суспільства. Пояснення цього явища знаходимо у С.Цвейга, який зазначає: «слово ... не було забите на смерть організованою брехнею, «пропагандою», люди пова-

жали друковане слово, вони ловили його» [10, с.317]. Тож позиція європейських письменників, інтелектуалів щодо війни сприяла формуванню відповідної громадської думки щодо неї. Переважна більшість європейських письменників того часу висловлювала впевненість у тому, що війна поховає поверховість довоєнної культури, ослабленої матеріальною зорієнтованістю буржуазного суспільства. Вони припускали, що війна очистить шлях до справжнього культурного піднесення і приведе до інтенсифікації творчої діяльності, оскільки вона «являє собою можливість створити новий, справжній культурний порядок, узгоджений з реальними потребами і справжніми почуттями людей» [18, с.25]. Таким чином, літератори впливали на формування громадської думки, здійснюючи мобілізацію свідомості, яку російський філософ та літературознавець М.Гершензон вважав необхідною передумовою для перемоги у війні, оскільки для перемоги «необхідно пустити в обіг загальне усвідомлення і безперервне нагадування усім своєї кругової поруки як єдиного засобу ... підпорядкувати гру індивідуальних енергій для якнайшвидшого розв'язання задачі» [11, с.99-100].

Мобілізація свідомості відбувалася і через поширення ідеї війни як духовного та фізичного очищення від негативних впливів прагматизму та матеріалізму, що домінували у свідомості широких верств населення Західної Європи. Це здійснювалося через популяризацію поезій, що носили шовіністичний характер. Уряди воюючих країн усіляко підтримували представників інтелігенції, чії заяви і твори відображали офіційну точку зору. У 1915 році Вільгельм II з нагоди свого дня народження нагородив орденом Орла дванадцять «письменників-патріотів» [11, с.98]. Серед них – поет Ріхард Деммель, найбільш іменитий тоді німецький письменник Гергардт Гауптман та поет, автор дуже популярного в роки війни вірша «Гімн ненависті до Англії» Ернест Ліссауер. Згаданий вірш облетів Німеччину з шаленою швидкістю. Його передрукували всі газети, вчителі читали його вголос учням, офіцери декламували вірш солдатам. «Гімн ненависті...» був покладений на музику і виконувався в театрах. «Серед семидесяти мільйонів німців досить швидко не стало жодного, хто б не знав «Гімну ненависті до Англії» від першого до останнього рядка, – і швидко – зрозуміло, з меншим захопленням – його знав увесь світ», – згадував С.Цвейг

[10, с.311-313]. Серед рядків, які «прославили» поета, були й такі:

«...Ненависть одна у нас усіх.  
Об'єдналися ми в дружбі  
Об'єдналися і в ненависті,  
Лише один ворог у нас є:  
Англія...» [7, с.69].

Однак слава поета виявилася недовгою: одразу після закінчення війни політики відреклися від цього твору і свого схвального ставлення до нього.

За підрахунками одного мюнхенського професора, у роки війни лише в одній Німеччині було написано понад три мільйони шовіністичних віршів. До цього слід додати прозу, а також твори англійських, французьких та інших письменників. Чимало інтелектуалів підтвердили свою творчу позицію діями. Відомий німецький письменник Герман Гессе, який на початку війни проживав у Швейцарії, у перші дні війни подав клопотання про прийом до лав німецької армії. Письменнику відмовили [8, с.24]. Так само відмовили і семидесятирічному французькому письменнику Анатолію Франсу, який зробив спробу стати добровольцем у діючій армії у перші ж дні війни. Вітаючи патріотичний запал письменника, голова медичної комісії заявив: «Відмовляючи вам у шпазі, батьківщина розраховує, що ви будете захищати її пером, яке у ваших руках вартує шпаги» [11, с.101-102]. Водночас чимало інтелектуалів змогло виконати свій патріотичний обов'язок. Серед них – редактор відомого французького журналу «Двотижневик» Шарль Пегі, який вважав, що «поет, як і жрець, повинен іти у народ, щоб підняти його над дрібною життєвою боротьбою, щоб дати йому ідеал і вказати шлях. І тому ... він повинен вступити до лав армії» [11, с.100]. Як відомо, Шарль Пегі загинув на фронтах Першої світової війни. В Італії відомий поет д'Аннунціо виголосив войовничу промову і записався добровольцем до лав італійської армії [3]. В Росії його виступ підтримав поет Н.Гумільов, який написав «Оду до д'Аннунціо».

Таким чином, бачимо, що значна частина європейської інтелігенції підтримувала війну не лише своїми заявами і творами, але й особистим прикладом. Причому, на нашу думку, останнє відіграло вирішальну роль у формуванні громадської думки і позиції населення Західної Європи щодо Першої світової війни. Як писав у своїх «Літературних спогадах» учасник війни В.Фінк,

«якщо у когось ще були сумніви в розумності і справедливості цієї війни, то тепер він відкидав їх» [9, с.33].

Отже, можна зробити висновок, що напередодні Першої світової війни письменники – своєю творчістю та особистим прикладом – відіграли велику роль у формуванні громадської думки воюючих країн щодо цілей і подальшої участі у війні. Позиція творчої інтелігенції фактично мала значний і часто вирішальний вплив на формування позитивного ставлення населення до війни, його бажання взяти у ній участь тощо. Підтримка самої ідеї війни більшістю європейських інтелектуалів як морально, так і практично (чимало з них записалися на фронті добровольцями) стала визначальною для поведінки значної частини західноєвропейського суспільства. Уряди багатьох європейських країн активно підтримували і заохочували творчу інтелігенцію до популяризації самої ідеї війни як єдино можливого способу вирішення усіх протиріч на континенті.

#### Джерела та література:

246

1. Бречкевич М.В. Великая европейская война, ея историческія основы и смыслъ. Публичная лекція, прочитанная 2-го ноября 1914 года / М.В.Бречкевич. – Казань: Типо-лит. «т-го Д-ма В.Еремъевъ и А.Шашабринъ», 1914. – 48 с.

2. Война и общество в XX веке: в 3 кн. / рук. проекта и сост. О.А.Ржешевский; Ин-т всеобщ. истории РАН. – М.: Наука. – 2008. – Кн.1: Война и общество накануне и в период Первой мировой войны / науч. рук. В.А.Золотарев; отв. ред. С.В.Листиков. – 611 с.

3. д'Аннунцио Г. Речь, произнесённая с балкона Капитолия 17 мая 1915 года / Г. д'Аннунцио // Иностранная литература. – 1999. - №11. – С.154-156.

4. Есиповъ В. Славяне, нѣмцы и турки. «Культурная» Германия. Галиция и Польша. Исторія повторяється / В. Есиповъ. –П.: Типографія А.Бенке, 1914. – 56 с.

5. Народы Габсбургской монархии в 1914-1920 гг.: от национальных движений к созданию национальных государств: Т.І. / Отв. ред. М. Волос, Г. Шкундин. – М.: Квадрига, 2012. – 456 с.

6. Первая мировая война: страницы истории. – Черновцы, 1994. – 198 с.

7. Такъ говоритъ Германия. Подлинныя немецкіе документы и изреченія о германскихъ замыслахъ и поступкахъ. – Петроградъ: Печатный Трудъ, 1915. – 136 с.

8. Уэллс Г.Дж. Война против войны / Дж.Г.Уэллс. – М.: Со-временныя проблемы, 1915. – 154 с.
9. Финк В. Литературные воспоминания. – М.: Советский пи-сатель, 1960. – 303 с.
10. Цвейг С. Статьи. Эссе. Вчерашний мир. Воспоминания ев-ропейца / С.Цвейг / пер. с нем. – М.Радуга, 1987. – 479 с.
11. Цехновицер О. Литература и мировая война 1914-1918 / О.Цехновицер. – М.: Художественная литература, 1938. – С.61-94.
12. Blunden E. Overtones Of War: Poems of the First World War / E.Blunden. – Trowbridge: Redwood Books Ltd, 1996. – 232 p.
13. Doyle A.C. The German War: Some Sidelights and Reflections / A.C.Doyle. – London-New York-Toronto: Hodder and Stoughton, 1914. – 152 p.
14. Høglund J. Mobilising the Novel: The Literature of Imperialism and the First World War / J.Høglund. – Uppsala: Reklam and Katalogtryck AB, 1997. – 198 p.
15. Knight W. Rupert Brooke / W.Knight // Promise of Greatness: 247  
The War of 1914-1918. – New York: The John Day Company, 1968. – —  
P.486-502.
16. Löschnigg M. Themes of First World War Literature / M. Löschnigg // Intimate Enemies: English and German Literary Reaction to the Great War 1914-1918 / edited by Stangel F.C., Löschnigg M. – Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter, 1993. – P.25-37.
17. Lytton N. The Press and the General Staff / N.Lytton. - London-Glasgow-Melbourne-Auckland: W.Collins Sons and Co. Ltd., 1921. – 232 p.
18. Mommsen W. German artists, writers and intellectuals and the meaning of war, 1914-1918 / W.Mommsen // State, Society and Mobilisation in Europe during the First World War / edited by John Horne. – Cambridge: Cambridge University Press, 1977. – 292 p.
19. Read J. Atrocity Propaganda: 1914-1919 / J.Read. – New Haven: Yale University Press, 1941. – 319 p.
20. Schultze B. Fiction and Truth: Politics and War Novel / B. Schultze // Intimate Enemies: English and German Literary Reaction to the Great War 1914-1918 / edited by Stangel F.C., Löschnigg M. – Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter, 1993. – P.297-309.
21. Stalworthy J. Poets of the First World War / J.Stalworthy. – Oxford: Oxford University Press, 1974. – 31 p.

---

---

РЕЦЕНЗІЇ

УДК:327(478:476)(049.32)

© Ігор Недокус, Володимир Фісанов

**ОРІЄНТИРИ СПІВРОБІТНИЦТВА І ДРУЖБИ**

*Рец. на: Молдова – Беларусь: исторический опыт взаимодействия / авт. коллектив: Вячеслав Степанов, Светлана Прокоп, Михаил Кошелев [и др.]. – Кишинев: Издательство «Prag-3», 2012. – 452 с.*

248 Дослідженню багатівкових зв'язків і співробітництва у сферах політики, економіки, культури присвячене різнопланове дослідження молдовських й білоруських вчених. Як зазначено у передмові до рецензованої нами праці, її головною метою є ознайомлення молоді, що мешкає у цих країнах, з “історією багатівкових контактів молдавського й білоруського народів”, з тими непростими процесами, які переживають “етносоціальні співтовариства двох держав” (с.8).

— Перше, що привертає увагу, коли ознайомлюєшся з цією науковою колективною працею – це широта охопленої проблематики. Вже назви розділів свідчать про успішну спробу авторів охопити якісним аналізом якнайбільше коло історичних, політичних, економічних проявів у житті сучасного білоруського та молдовського суспільств.

Чимало сторінок роботи привертає увагу читача порівняльними екскурсами у минувшину. У дослідженні особливе місце приділено білорусько-молдавським зв'язкам, виходячи з історичних традицій обох народів, які спиралися також, як відзначається, і на стійку “слов'яно-романську культурну і мовну інтерференцію”. У цьому контексті підкреслено, що Молдова включається у систему “литовсько-польського альянсу” (с.17). Згодом, так склалося історично, що “Пруто-Дністровська Молдова” опинилася разом з білоруськими землями під скіпетром російських самодержців. До цих сюжетів ми ще повернемось у контексті аналізу етнополітичних процесів, притаманних обом країнам.

Зазначимо однак, що карколомні події 1917-1920 років, на жаль, не знайшли детального відображення у рецензованій праці. Можна було б детальніше, на нашу думку, проаналізувати ситуацію у білоруських землях і в історичній Бессарабії, що виникла після ан-



тимонархічної російської революції 1917 року. Автори обмежуються констатацією, що після розпаду Російської імперії історичні долі молдавського і білоруського народів були подібними. “Однаково болісними були шляхи й зусилля відродження державності на їх споконвічних землях” (с.40). Відомий діяч Беларуської Народної Республіки Александр Цвикевич з приводу наслідків революції писав у 1919 р.: “Чи вдасться білоруському народу (після проголошення суверенітету 25 березня 1918 р.) здійснити цю самостійність повністю, чи вдасться потім утримати цю самостійність – ось це питання фактичного співвідношення сил його самого та його сусідів, а також усієї сукупності світових впливів”. Сьогодні, зазначав далі політик, “більш грізною залишається третя альтернатива – розподіл Білорусії на великоруську і польську сферу впливів” [1, с.21,25]. Саме тоді політичні діячі Білорусі, мабуть вперше, намагалися подолати стереотипну модель, а точніше незмінну метафізичну “колію” розвитку власної країни, про котру писав один з перших істориків білоруських земель Ф.Турчинович, який описував її у звично-імперському ключі – вона з кінця XVII століття, “позбавлена будь-якої самобутності примусила б тільки складати нескладний перелік подій чи повторювати історію Росії і Польщі” [2, с.VIII].

Об’єднання зусиль білоруських та молдовських науковців безперечно сприяло розширенню джерельної бази дослідження. Автори видання об’єктивно оцінюють напрацювання радянської історіографії, зокрема радянської публіцистики, які виховували почуття міжетнічної злагоди, незважаючи на приховування цілих сторінок історії народів СРСР. Так, наприклад, у роботі визнається політична та ідеологічна спрямованість т.з. «молдавських» партизанських загонів часів другої світової війни, які формувалися на території Полісся і де власне вихідців з Молдови були одиниці. Для радянського керівництва справді було актуальним аргументувати тезу про добровільне приєднання західних територій напередодні війни та підкреслити масову участь їх населення у боротьбі із загарбниками саме у частинах Червоної армії, партизанських загонах, підпіллі, звичайно, не применшуючи ролі інших народів у боротьбі з фашизмом. Важливим було також закріпити статус окремих республік як певних самостійних утворень у тодішній системі міжнародних відносин, для чого здійснювалися відповідні дипломатичні заходи.

Взагалі-то, повертаючись до історії 20-х-30-х років, вкажемо, що автори монографії в цілому об'єктивно оцінюють неоднозначну конкретно-історичну ситуацію. Вже тоді, як слушно підкреслюють дослідники, опираючись на джерела, соціалістична Молдавська республіка бачилася у майбутньому як важливий елемент у складній геополітичній грі, яку вів тоді СРСР у регіоні ЦСЄ. Вона зокрема мала відігравати “роль політико-пропагандистського фактора, яким є Білоруська Радянська республіка перед обличчям Польщі, і Карельська – в лиці Фінляндії” (с.40). Дійсно, гра була складна, проте вона розвивалась на соціалістичних ідеологічних принципах, з немалим ухилом у бік “майбутньої перемоги” інтернаціональної комуністичної революції. Хоча Сталін насправді відмовився від цієї тези на початку 30-х років. Тоді відбувалися іноді досить несподівані процеси: при приєднанні, скажімо, західноукраїнських земель. У Москві вважали, що одним з головних ворогів соціалізму усе ще залишається “Білий рух”, і тому, коли у 1939 р. радянськими громадянами іноді мимоволі стали декілька мільйонів галицьких українців, їх думали досить швидко, усунувши лідерів українського націоналізму, включити до “української соціалістичної нації”, а репресії перше зачепили і представників білогвардійської еміграції. Як зазначив в одній із дискусій в Інституті Славянознавства РАН (травень 2003) молодий учений К.Федевич, з утвердженням у Східній Галичині радянської влади, яка “перебувала на позиції приналежності місцевого східнослов'янського населення до українського народу, сходиться нанівець й москвофільство” [3, с.227].

Звісно, що після розпаду СРСР, його громадяни, як пишуть автори, прокинулися уже в “інших країнах і почали оцінювати себе по-іншому” (с.6). Проте, зрозуміло, не слід забувати те, що їх об'єднувало. Зокрема ідеться насамперед про пам'ять і подвиги Великої Вітчизняної і Другої світової війни. Зокрема “рокам воєнних випробувань” присвячено спеціальний підрозділ монографії (с.46-63). У боях за визволення Білорусі чимало вихідців з Молдови проявили героїзм та мужність і серед них С.І.Болгарин, М.А.Павлоцький – удостоєні звання героя Радянського Союзу. При визволенні Молдови також тисячі бійців були нагороджені орденами та медалями і звання героя отримали білоруси Д.Жмуровський, М.Капустін, І. Туфтов, М.Котловец. Рядовий-кулеметник Д.П. Жмуровський з групою бійців переправився на правий берег Прута і

кулеметним вогнем забезпечував атаку і навіть будучи пораним він продовжував бій. Після війни Дмитро Петрович Жмуровський став відомим білоруським вченим, доктором історичних наук (с.56-57).

Висвітлюючи масштаби повоєнної відбудови народного господарства радянських республік, їх взаємну допомогу, автори монографії підкреслюють, що ці факти та цифри повинні були демонструвати зміцнення дружби радянських народів. Але насправді ця санкціонована Держпланом СРСР економічна співпраця створювала величезні ринки збуту для білоруської та молдовської продукції, що сьогодні виглядає дуже привабливо.

Важливим сюжетом рецензованої роботи є кадрова політика СРСР у повоєнні роки. У Молдавській РСР існував дефіцит наукових, педагогічних, технічних, медичних кадрів, який поповнювався вихідцями з інших республік, в т.ч. і Білоруської РСР. Водночас, на нашу думку, така тенденція, незважаючи на домінування нетитульного етносу у певних сферах, є історичним фактом, можливістю не тільки науково-технічного збагачення, але й ґрунтом для формування навиків більш гармонійного міжетнічного співжиття.

251

У розділі про економічну співпрацю Білоруської та Молдавської РСР автори монографії детально зупинились на певних аспектах сільськогосподарського виробництва, яке для обох держав є важливою галуззю і де навіть сьогодні існують дуже схожі проблеми. Відзначаючи переваги “соціалістичної економіки”, автори обґрунтовують твердження цифрами. Наприклад, неоднозначно виглядає теза про соціально-економічну кризу у Молдові в середині 80-х рр., коли зростання об’єму промислової продукції у республіці у 1986 р. складало 107%, у 1987 – 114%, 1988 – 122% (с.79).

Важливими для дослідження є історичні паралелі щодо політики білорусизації та молдаванізації 20-х рр. ХХ ст. Обидва етноси перебували на стадії пошуку основ національної ідентичності та опинились в умовах, коли політика коренізації відкривала певні перспективи для розвитку національної культури, освіти, мистецтва. Щоправда, в умовах диктатури Сталіна ці можливості були втрачені.

Висвітлюючи динаміку взаємин вищого керівництва обох країн, автори монографії розкривають різноманітні інституційні механізми, у форматі яких можливі двосторонні контакти. Але, на жаль,

перспективи участі Білорусі та Молдови у програмі Східне партнерство, яка є можливою для узгодження позицій обох країн з різних проблем, залишилась поза увагою дослідників. Разом з тим інтенсивність співпраці політичних еліт Білорусі та Молдови, чинники, які визначають її характер та оцінки, знаходяться у центрі уваги авторського колективу. Важливо, що авторське трактування позицій двох держав у системі міжнародних відносин регіону Центральної та Східної Європи не залежить від тенденційних висловлювань окремих політиків та політичних сил у Білорусі і в Молдові.

252 — Чималі здобутки торгово-економічного співробітництва Білорусі та Молдови пострадянського періоду також висвітлюються на сторінках монографії. Ознайомившись із кроками білоруської та молдовської сторін на шляху творення ефективного торгового обміну, можна сказати, що це приклад, коли пострадянські країни без політичних нашарувань вибудовували і вибудовують інтенсивні торгові контакти, результат яких очевидний: асортимент білоруських товарів у Молдові та молдовських у Республіці Білорусь чималий. Показовим, насамперед для України, є досвід проведення міжнародних виставок в Білорусі та Молдові, у яких активну участь беруть товаровиробники обох країн, діяльність торгово-промислових палат, торгових представництв.

Інтенсивне білорусько-молдовське торгово-економічне співробітництво доводить, що ефективна співпраця пострадянських країн можлива і у двосторонньому форматі, а не тільки через багатосторонні інституційні механізми. Погоджуємось із висновками авторів монографії щодо проблем торгово-економічного співробітництва Білорусі та Молдови, які викликані посиленням прагматичних підходів у відносинах з країнами-партнерами, їх розвитку на основі відстоювання національних інтересів кожної з держав. Щодо товарообігу між двома державами, то в якості прикладу наводяться такі дані: у 2007 експорт білоруських товарів у Молдову досягнув близько 145 млн. доларів ( серед експортованої продукції нафтопродукти – 70 млн.дол., керамічна плитка – 9 млн. дол., трактори 7,1 млн. дол.). Відповідно Беларусь імпортувала товарів з Молдови на суму 81,9 млн. доларів. Традиційно переважали виноградні вина – на суму 303 млн. доларів, а також насіння кукурудзи – 6,1 млн. доларів (с.137-138).

Автори підкреслюють інтенсивність зв'язків між двома країна-

ми, у т. ч. й на міждержавному рівні. Зокрема зазначається, що між Республікою Беларусь і Республікою Молдова укладено 60 угод у всіх сферах – від політичної та соціально-економічної і до культурної. Серед них – 3 міждержавні, 33 міжурядові і 24 міжвідомчі (с.270).

Автори видання виокремлюють також проблему нелегальних продажів, насамперед, у сфері винно-коньячної продукції. Однак, погоджуємося із оцінкою дослідників про те, що її вирішення потребує виваженого підходу до питання Придністров'я, поваги у відносинах країн-сусідів, щоби запобігти можливим негативним наслідкам. На нашу думку, позитивним чинником розвитку білорусько-молдовських торгово-економічних зв'язків є те, що структура економік обох країн не викликає конкуренції на товарних ринках, а взаємно доповнюється.

Окремо й досить детально у монографії досліджуються складні етнополітичні та етносоціальні проблеми розвитку у Білорусі і Молдові. При цьому автори не намагаються уникнути розгляду і контрверсійних, конфліктних тем, бажаючи спільними зусиллями розплутати “клубок ідентифікаційних ниток” на Пруто-Дністровському порубіжжі. Однією з причин конфлікту тут був названий мовний фактор. В Республіці Молдова державною мовою була проголошена молдавська на основі латинської графіки, а у законодавстві “невизнаного Придністров'я” письмовою формою вираження молдавської мови став “споконвічний кириличний алфавіт” (с.274-275). Крім того, як зазначено у дослідженні, у складі сучасної Румунії також знаходиться історична територія з центром у м. Яси, яка називається Молдовою (т.зв. Запрутська Молдова) (с.275). До цього додаються серйозні ідеолого-ціннісні розбіжності. Не випадково, автори монографії констатують: “По суті справи в одній країні працюють дві ідеології та нормативно-правові системи, формуються різні громадянські цінності” (с.280). Зауважимо, що даній, дуже цікавій етнополітичній проблематиці стосовно ідентифікації й позиціонуванню насамперед українців в Республіці Молдова присвячене фундаментальне дослідження одного з авторів рецензованої монографії, професора В'ячеслава Петровича Степанова [4].

Ще один чинник, який проаналізовано у монографії білоруських і молдавських авторів так чи інакше пов'язаний з політикою

пам'яті. Розпад СРСР і ті конфлікти, які відбувалися й відбуваються після нього, спричинені “ностальгією за нереалізованим минулим” (с.281). І подібна ностальгія присутня у частини населення в Білорусі і у Молдові. Більш того, дослідники рецензованої монографії підкреслюють тезу про те, що зокрема “Беларусь і Придністров’я можна назвати одними з найбільш консервативних державних утворень на карті колишнього СРСР. Вони залишаються до сих пір найбільш закритими державними утвореннями від європейського та американського втручання на пострадянському просторі” (с.302).

Взагалі-то зауважимо, що Історія народів Східної Європи потребує глибинного, всебічного дослідження з точки зору “розколів” культурно-історичних, які разом з тим породжують розмаїті острівці міжкультурного діалогу для тих, хто спроможний це розмаїття зрозуміти й увібрати. Ось як писав про це вже після Другої світової війни українсько-білоруський історик Лев Окіншевич: 254 — отже, роль “східноєвропейських народів: білорусів, литовців, українців та інших. Куди ж належить їхня історія? Чи це були висунуті далеко на схід частини Західної Європи? Чи, навпаки, це були органічні частини Європи Східної, однак територіально ближчі до Заходу і, які з цієї причини, перейняли від того Заходу низку його рис та культурних особливостей? Чи, нарешті, історія цих народів є історією глибоких внутрішніх конфліктів, що виникають з причини проміжного, міжкультурного розташування їхніх земель” [5,с.225] .

Важливо відзначити і той факт, що написання цього в цілому вдалого і змістовного монографічного дослідження здійснено завдяки співпраці вчених АН Республіки Молдова та Інституту історії НАН Білорусі у рамках Міжнародного проекту “Молдова і Беларусь: порівняльний аналіз тенденцій сталого розвитку”. Вважаємо, що проблематика рецензованого дослідження може бути значно розширена, якщо долучити до нього вивчення українсько-молдавських й українсько-білоруських сучасних і ретроспективних трендів суспільно-політичного й економічного розвитку.

#### Джерела та література:

1. Цвикевич А., д-р. Беларусь. Политический очерк / пер. с белорусского. – Берлин: Издание Чрезвычайной Дипломатической Миссии Белорусской Народной Республики, 1919. – 29 с.

2. Турчинович Ф. Обозрение истории Белоруссии с древнейших времен. – СПб.: Типография Эдуарда Праца, 1857. – XII, 303 с.

3. На путях становления украинской и белорусской наций: факторы, механизмы, соотнесения / Отв. редактор Л.Е.Горизонтов. – М.: Институт Славяноведения РАН, 2004. – 255 с.

4. Степанов В.П. Грани идентичностей. Этногражданские процессы в брeде национальных меньшинств Республики Молдова на примере украинского населения (1989-2009). – Тирасполь: Приднестровский госуниверситет им.Т.Г.Шевченко, 2010. – 598 с.

5. Окіншевич Л. Про “цивілізаційні основи” білоруського історичного процесу / Україна-Білорусь. Кн.1. // Хроніка-2000. Український культурологічний альманах. – 2011. – Вип.4.– С.222-231.

## СЛОВНИК ЕКСПЕРТНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ДУМКИ ВІД ДАВНИНИ ДО СЬОГОДЕННЯ

*Рец. на: Історія політичної думки: навч. енциклопедичний словник-довідник для студентів вищ. навч. закл. / За заг. ред. Н.М. Хоми [В. М. Денисенко, Л. Я. Угрин, Г. В. Шипунов та ін.]. – Львів: Новий Світ-2000, 2014. – 766 с.*

256 — Політизація суспільних процесів, ускладнення форм та методів державного управління, зростання важкопрогнозованих явищ у сфері міжнародних відносин змушують спеціалістів і пересічних громадян звертатися до аналізу їх глибинних причин, шукати витоки стрімких соціальних та економічних змін, намагатися прогнозувати подальший розвиток суспільства. Важливим і необхідним інструментом для здійснення таких завдань має стати серйозне теоретичне підґрунтя, фундаментальне розуміння основних політичних ідей та конструкцій.

Важливою віхою на цьому непростому шляху є створення спеціалізованого, структурно-логічного та зручного у користуванні словника-довідника. У ньому має бути представлений, на нашу думку, комплексний аналіз становлення та розвитку політичної думки, який би охоплював хронологічно, територіально та доктринно-концептуально різноплановий масив інформації.

Варто зазначити, що за роки незалежності України вже було здійснено декілька серйозних спроб вирішити дане питання – виходили друком декілька політологічних та політичних словників. Однак лише незначна їх частка була присвячена проблемі становлення політичної думки, що лише загострило актуальність питання. Це, у свою чергу, і зумовило виникнення важливого та методологічно складного проекту підготовки видання енциклопедично-довідкового характеру «Історія політичної думки», який поєднав дослідників історії політичної думки та історії політико-правових вчень з усієї України.

У результаті, в 2014 році за редакцією Н.М. Хоми, В.М. Денисенка, Л.Я. Угрин, Г.В. Шипунова та за участю 187 українських науковців і дослідників у львівському видавництві «Новий Світ-2000»



вийшла друком комплексна праця «Історія політичної думки: навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів вищих навчальних закладів». Вона є однією із перших фундаментальних, системно-організованих та цілісних енциклопедій у системі сучасної української соціо-гуманітарної наукової школи, яка повністю відповідає вимогам до робіт енциклопедично-довідкового характеру. Призначене для студентської аудиторії із рекомендаційним грифом МОНУ як навчальний посібник, видання, втім, здатне повноцінно задовільнити вимоги і професійних дослідників. Примітно, що «Історія політичної думки» присвячена пам'яті Юрія Анатолійовича Левенця – одного із найвідоміших вітчизняних вчених-енциклопедистів, історика і політолога, академіка НАН України, директора Інституту політичних та етнонаціональних досліджень ім. І. Кураса. В енциклопедії зібрано понад 600 аналітичних і довідкових статей. Завдяки логічному та досить зручному викладу в алфавітному порядку, представленню інформації у вигляді коротких (1-1,5 стор.), насичених та структурованих матеріалів, посібник дає змогу зацікавленому читачеві опанувати складні масштабні та багатогранні інформаційні пласти. Довідник сповнений вузькоспеціальною термінологією, що, в цілому, відповідає орієнтації на студентів гуманітарних спеціальностей і передбачає наявність в них певної підготовки та теоретичного базису для сприйняття даного видання.

Авторський колектив провів надзвичайно масштабну роботу, включивши до енциклопедії доробки значної кількості політичних мислителів та філософів, істориків та економістів, соціологів, юристів, психологів тощо. Серед них – Демокрит і Сенека, І. Бентам і Д. Дідро, Б. Кроге і С. Роккан, Л. Берталанфі й Т. Кун, Й. Шумпетер і П. Кругман, Н. Вінер і Р. Даль, а також Е. Фромм, Г. Кельзен, В. Каразін та ін. Варто відзначити, що імена деяких дослідників (напр., Ібн Таймійя, М. Маруями, А. Яссіна) з'являються у вітчизняному політологічному дискурсі чи не вперше. У довідник також включено аналіз публічної позиції багатьох політичних лідерів (Ж. Атталі, Мао Цзедуна, М. Горбачова, М. Каддафі, А. Меркель, У. Чавеса, Р. Ніксона, субкоманданте Маркоса та ін.), полемістів-інтелектуалів, письменників та публіцистів (В. Винниченка, У. Еко, Р. Емерсона, Гі Дебора, Л. Українки, І. Франка, Ж. Парвулеско), релігійних діячів (матері Терези, Георгія Святого, С. Хаменей, Іоана Пав-

ла II). Окремі з них, на перший погляд, тільки дотично стосуються політичних проблем. Водночас, вивчення їх основних ідей сприяє подоланню мозаїчного характеру знань щодо історії становлення політичної думки і дозволяє сформувати цілісну, об'ємну, хронологічно та структурно організовану систему.

Авторський колектив видання цілком слушно вбачає в основі створення такої системи усвідомлення якомога ширшого спектру послідовних та ґрунтовних уявлень і знання щодо процесів становлення, трансформації й розвитку політичних вчень. Відтак, цілком логічним є включення в енциклопедію значного кола суспільно-політичних платформ, починаючи від періоду зародження політичної думки у Стародавньому Китаї, Індії, Греції, закінчуючи найсучаснішими науковими школами. Серед таких, наприклад, утилітаризм й інтеракціоналізм, структурний конструктивізм і світ-системний аналіз, неоконтрактизм та неофункціоналізм, альтерглобалізм і теорія гегемоністичної стабільності тощо.

258

В перелік матеріалів включено також аналіз певної кількості основоположних документів (напр., Декларація прав людини), та історичних пам'яток (Артхашастра, Конституція Пилипа Орлика), розгляд діяльності окремих об'єднань (Кирило-Мефодіївське товариство). На нашу думку, хоча така інформація є важливим доповненням і невід'ємною складовою адекватної ретроспекції становлення політичної думки, однак вона дещо розбиває структурну єдиність тексту, зосередженого, передусім, на аналізі поглядів та діяльності конкретних постатей.

До переваг цього довідника відноситься широка територіально-національне різноманіття розглянутих мислителів, що охоплює розгалужені хронологічні та географічні рамки, різноманіття культур та поглядів, і дозволяє усвідомити вплив певних суспільно-політичних, економічних та ментальних факторів на зародження тих чи інших політичних ідей, концепцій та доктрин. Крім того, безперечно, важливим позитивним аспектом довідника є включення широкого кола українських теоретиків, політичних діячів, вчених та письменників: приміром, І. Борецького, В. Вернадського, І. Вишенського, М. Грушевського, Г. Сковороди, І. Франка, Б. Хмельницького, Т. Шевченка, С. Яворського та інших.

У цілому, всі матеріали доволі зручно побудовані за загальним шаблоном та об'єднані спільною методикою викладу: лаконічні бі-

ографічні відомості про мислителя поєднуються із зазначенням провідних творів та наукових доробків, до чого додається стислий опис та характеристика внеску діяча у розвиток політичної науки. Крім того, доцільним є подання джерельної бази, що допомагає студентам та читачам отримати додаткову інформацію. Водночас, варто зазначити, що подекуди спостерігається надмірне заглиблення в аналіз біографії, що відволікає від безпосереднього розуміння та засвоєння політичних позицій вченого, наприклад у випадку Дж. Адамса чи В. Айхлера. Крім того, деяким мислителям відведений досить короткий, навіть скупий сегмент інформації, не дивлячись на те, що їх науковий доробок мав ключове значення у розвитку певних концепцій чи напрямків. Це стосується, наприклад, матеріалу про Р. Алмонда і його теорії політичних систем.

Варто зазначити, що алфавітна структура побудови довідника цілком виправдана і вдало реалізована. Водночас, спостерігається відчутний брак предметно-орієнтованого рубрикатора, який би дозволив згрупувати дослідників одного наукового напрямку, з метою формування цілісного та об'ємного сприйняття певних теоретичних концептів, особливостей їх практичної реалізації. На нашу думку, доречним могла б стати додаткова класифікація, приміром, і за хронологічними, територіальними, національними або іншими принципами, яка дозволила б уникнути хаотичної поліфонії концептуально неоднорідних вчень. Можливо, такі побажання стануть у нагоді при наступному перевиданні цього непересічного довідника, у тому числі, в електронному його варіанті.

Утім, слід підкреслити, що авторському колективу вдалося повністю реалізувати поставлену мету, об'єднавши в одному довіднику найбільш ґрунтовну, якісну та систематизовану інформацію. Зібраний у ньому матеріал вражає різноплановістю міжнаціональних, полідоктринальних та трансісторичних характеристик. Тому не виникає жодного сумніву, що даний посібник можна цілком обґрунтовано назвати одним із найкращих енциклопедично-довідкових видань України. Воно, безперечно, формує нове обличчя дисципліни «Історія політичних вчень», збагачує перелік постатей, які здійснили нерересічний внесок у становлення того чи іншого політичного вчення і розширяє територіально-часові рамки представленої ними наукової картини світу політики.

## НІМЕЧЧИНА У МОДЕРНІЙ ПОЛІТИЦІ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ

**Рец. на: Павлов Н.В. История внешней политики Германии. От Бисмарка до Меркель. – М.: Международные отношения, 2012. – 800 с.**

260  
— У сучасній політичній думці і коментарях експертів щодо зовнішньої політики провідних європейських держав усе що стосувалося міжнародного курсу Німеччини на усіх його етапах завжди викликало жвавий інтерес. Тому варто тримати у центрі уваги ті дослідження, котрі так чи інакше віддзеркалюють непрості процеси у політиці країни і у відносинах з сусідами упродовж досить тривалого часу. Настав час зрозуміти Іншого у непростих реаліях ХХІ століття. Саме досягненню цієї мети і слугує, на нашу думку, дослідження зовнішньої політики Німецької держави від доби Бісмарка аж до наших днів, автором якої виступає відомий російський вчений і дипломат Микола Валентинович Павлов.

Рекомендуючи дану працю зацікавленому читачеві, ми відійшли від традиційної побудови рецензії і намагаємося подати матеріал у вигляді есе, більш широкого огляду найцікавіших моментів новітньої зовнішньої політики Німеччини, роблячи наголос на сучасному її етапі в оцінках автора монографії.

Отже, підходячи до аналізу зовнішньої політики Німеччини в кінці ХХ – на поч. ХХІ ст., автор цілком слушно підкреслив визначальний фактор, який призвів до внесення серйозних коректив у зовнішню політику країни. Це фактор об'єднання. У роботі особливо підкреслено, що внаслідок об'єднання двох німецьких держав ФРН як суб'єкт міжнародного права “була збережена й розширилася”. При цьому підкреслено багатоаспектний характер цієї події. Будучи набагато ширше ніж просто об'єднання нації, воно “входило складовою частиною” у вирішення німецького питання. І таке об'єднання відбулося не “залізом і кров'ю”, а мирним шляхом у процесі врахування доброї волі і згоди усіх зацікавлених сторін (с.11).

Говорячи про модифікацію німецької зовнішньої політики після об'єднання, М.В.Павлов відзначив насамперед “зростання міжнародної відповідальності держави” що стало важливим чинником формування “нової германської геополітики”. Разом з тим почали змінюватись і акценти політики ФРН у рамках європейських структур. Проблема полягала в необхідності подолання дисбалансу між “економічною й політичною роллю Німеччини”. ФРН також почала претендувати на постійне місце у Раді Безпеки ООН (с.13).

Автор майстерно і логічно продумано вибудовує ретроспекцію зовнішньої політики Німецької держави. Цікавими є сторінки монографії, присвячені добі холодної війни. Як відомо, у ранні 60-і роки проблема полягала у тому щоби відійти від негативних стереотипів 40-х-50-х років у франко-німецьких відносинах. Що, до речі, давалося нелегко. Наводяться фрагменти із споминів В.Брандта, коли той згадував, що у 1962 р. – приблизно за рік до підписання франко-західнонімецького Договору про дружбу, він буквально молив тодішнього канцлера К.Аденауера “зібратися з духом й умовити де Голля відкрити Великобританії двері до ЄЕС, щоби попередити ще більший розкол Європи”. Однак той був непохитний. “Значення мають тільки Франція і Німеччина, – казав Аденауер. – Звісно, існують ще Італія, і усяка там «бенілюксівська мілкота». Проте, якщо до двох головних діючих сил – Парижу і Бонну додасться третя – Лондон, вповні може статися, що ці двоє, об'єднавшись, завдадуть збитків нам” (с.227).

261

Як зазначається далі у дослідженні, дискусія навколо франко-західнонімецького договору 1963 р., у силовому трикутнику США-Франції-ФРН також засвідчила про неабиякі франко-американські розбіжності. І ФРН тут грала “делікатну роль балансира”. І аж до сьогодні вона змушена лавірувати між французькими гегемоністськими претензіями й американськими великодержавними амбіціями (с.229).

Аналізу міжнародних наслідків об'єднання Німеччини автор приділяє у монографії серйозну увагу (с.542-573). Особливо це стосується важливим переговорам за формулою 2+4 в рамках загальноєвропейського процесу. Як зазначається у рецензованій праці, після оприлюднення канцлером Г.Колем відомих “10 пунктів” президент Франції Ф.Міттеран заявив групі французьких журналістів, що німецьке об'єднання уявляється йому неможливим “з пра-

вової і політичної точок зору”. Більш того, у розмові з міністром закордонних справ ФРН Г.-Д.Геншером французький політик заявив, що об’єднання Німеччини в якості “самостійної неконтрольованої держави” неприйнятне для Європи, з огляду на те, що ніколи не повинна повторитися ситуація, котра склалася у 1913 р. до початку Першої світової війни (с.549). Зазначимо, що подібні застереження лунали тоді і на Даунінг-стріт.

Зрозуміло, що зацікавленість у процесах об’єднання Німеччини висловлював у той час і Радянський Союз. Варто хоча б згадати жорстку заяву М.Горбачова 3 березня 1990 р. про неможливість включення майбутньої Німеччини в НАТО. “На це ми не можемо дати згоди. Це абсолютно виключено”, – заявив радянський лідер в одному з інтерв’ю (с.558). Нагадаємо, у ранні 60-і саме ув’язка можливого розташування радянських ракет на Кубі (літо-осінь 1962 р.) і вирішення на користь СРСР затяжної берлінської кризи 1958-1963 років дало б змогу М.Хрущову змінити співвідношення сил у геостратегічному глобальному контексті у бік “реального соціалізму” [1, с.242-244]. Зрозуміло, що у безпековому вимірі те чи інше рішення “німецької проблеми” зачіпало корінні інтереси тодішнього СРСР.

Пізніше у липні 1990 р. під час переговорів з Г.Колем в Архизі, Горбачов поступився і питання виходу об’єднаної Німеччини з блоку НАТО було вилучено з порядку денного. Загальновідомо, що на початку 1990 року Кремль був дуже стурбований внутрішніми подіями у Литві: саме тоді пріоритети зовнішньої політики СРСР стали змінюватись. Німецький дослідник Александр фон Плато зокрема зазначив, що із-за подій у Литві сама єдність СРСР виявилася під загрозою, а у випадку з Німеччиною – зачіпалася лише країна його сфери гегемонії. Отже, завдяки Литві, “радянська сторона на переговорах легше піддавалась тиску у німецькому питанні, й зокрема у питанні щодо членства Німеччини у НАТО” [2, с.388].

Таким чином, після складних й довготривалих переговорів 12 вересня 1990 р. у Москві міністри закордонних справ шести держав – учасників переговорів за формулою 2+4 підписали Договір про остаточне врегулювання стосовно Німеччини. Як констатує у роботі М.В.Павлов, у договорі вперше у новітній історії було зафіксовано остаточний характер зовнішніх кордонів об’єднаної Німеччини, які визначаються у “межах ФРН, НДР і Берліна”. Там же ідеться

про чітке зобов'язання “не мати і не висувати у майбутньому територіальних претензій до інших держав”. Зі свого боку ФРН, як підкреслює автор, назавжди відмовлялася, так би мовити, від тіні тоталітарного минулого – попередньої “правової позиції”, яка виходила із існування Німеччини (німецького рейху) у кордонах 1937 року (с.565).

Це було тим більш важливо, що Німецька держава, починаючи від свого виникнення у модерну добу – з 1871 р., більшу частину часу управлялася методами далекими від демократії. І до цього періоду, як слушно зауважив Норберт Еліас, Німеччина була роздроблена і управлялась автократично. Доба національного єднання тоді відбувалася “разом із зростанням влади індустріальних середніх і робітничих класів... у рамках автократичного режиму” [3, с.327]. Подоланню цих автократичних традицій, носієм яких довгий час після Другої світової війни були ФРН канцлерства К.Аденаура і “соціалістична” НДР, сприяло об'єднання німців у демократичну й оновлену державу. Хоча й після об'єднання проблеми “нарізно спрямованої” історичної пам'яті у Німеччині давалися взнаки. Як відзначає у своїй науковій розвідці, присвяченій “культурі прощання” з минулим у ФРН, сучасний німецький дослідник Едгар Вольфрам, з 1990 р. німці знаходяться у процесі формування нації, де провідну роль “відіграє пам'ять”, яка у свою чергу є виявленням історичної культури. І сьогодні історична культура ФРН має потрібний вимір – це пам'ять про націонал-соціалізм, історизація “попередньої” ФРН й подолання наслідків диктатури НДР. Усі ці фактори, в кінцевому рахунку, утворюють ситуацію в рамках якої відбувається “боротьба за формування історичних тлумачень”, котра продовжується у сучасних умовах з орієнтацією національної самосвідомості у майбутнє [4, с.221-235].

Як зазначає у рецензованій праці М.В.Павлов, саме доба 1991-1998 років стала своєрідним переломним періодом для країни, коли потрібно було вирішити проблему переходу від “формального об'єднання до реальної єдності держави і нації”, набутти своє власне нове “Я” у мінливому світі. Одне з головних завдань при цьому полягало у тому щоби домогтися вирішальних результатів у справі об'єднання Німеччини у рамках Європейського Союзу, визначивши своє місце і внесок у новий постбіполярний світоустрій (с.585).

У розділі “Нові виклики для німецької зовнішньої політики” автор наголошує на набутті ФРН нової “економічної якості” у Європі, підкреслюючи, що країна займає перше місце за населенням (82 млн.осіб) і за обсягом валового внутрішнього продукту (більше 2 трлн.євро). У сфері політики безпеки (як вагової складової зовнішнього курсу) ФРН продовжує по багатьох лініях дотримуватись “культури стриманості” що було і залишається важливою якісною характеристикою усього зовнішньополітичного курсу. Вірність йому базується на принципі “історичної відповідальності” Німеччини як винуватиці виникнення Другої світової війни – з одного боку, а з іншого – як “форпоста західної демократії”.

У той же час на початку ХХІ століття спостерігається намагання з боку керівництва країни переглянути деякі зовнішньополітичні позиції, які були притаманні “старій” ФРН, виходячи з її обмеженого суверенітету (с.603). В рамках такого підходу 12 липня 1994 р. Федеральний конституційний суд ФРН виніс постанову, яка допускає використання бундесвера за межами оперативної зони НАТО в рамках участі ФРН у міжнародній системі колективної безпеки ООН. Уряд Г.Коля почав наполягати також на наданні Німеччині постійного міста у Раді Безпеки ООН. Багато хто з експертів у зв’язку з цим акцентував на необхідності вироблення лінії “нового реалізма” у зовнішній політиці оновленої ФРН. А професор Бонського університету Крістіан Гаке підкреслив у зв’язку із цим: не дивлячись на імідж країни як “цивільної сили”, потрібно застосовувати усі наявні засоби для самоствердження, формула якого має передбачати “більше Бісмарка і менше Габермаса”.

Причому, як вірно зазначається у монографії М.В.Павлова, ФРН у перше десятиліття ХХІ ст. віддавала перевагу не двостороннім відносинам, а усе більше посилалася на спільну міжнародну й безпекову відповідальність ЄС. Сьогодні для Німеччини важливо, щоби ані Франція, ні Росія, ні сама ФРН не концентрувалися на традиційних двосторонніх взаєминах, що може викликати ситуацію, коли іншу країну кожна з держав буде сприймати або ж як головного партнера, або у якості основного конкурента. Після цього автор детально викладає базові орієнтири зовнішньої стратегії ФРН на початку ХХІ століття. Вони такі – ФРН є невід’ємною частиною ЄС; країна й надалі буде розширювати співробітництво з НАТО як базовим інструментом “стабільності і безпеки Європи”; найважливішим не-



європейським партнером залишаються США, з якими ФРН підтримуватиме “тісні і дружні відносини”; посилення правового базису ОБСЄ як єдиної загальноєвропейської організації безпеки; реформування ООН і перетворення її у дієздатну організацію для вирішення міжнародних проблем з подальшим отриманням Німеччиною статусу постійного члена Радбезу ООН; і насамкінець, традиційне зміцнення відносин з усіма сусідами ФРН, особливо з Францією і Польщею, а у Східній Європі – з РФ і Україною “шляхом підтримки демократичних правових, соціальних і ринкових реформ у цьому регіоні” (с.664-665).

Особливого значення у контексті можливого розширення ЄС займали і займають німецько-турецькі взаємини. Ідеться насамперед про перспективи інтеграції Туреччини у “велику Європу”. У ФРН сьогодні існує дві точки зору з цього питання – “проти” і “за” прийом Туреччини у ЄС. Скептики (як у добу канцлерства Г.Шрьодера, так і у період А.Меркель) наголошували на тому, що Туреччина з точки зору географії не належить до більшої частини Європи, а її політична культура значною мірою відрізняється від європейської. До того ж, країна не дотримується демократичних принципів західного взірця. В економічному плані Туреччина також слабка ланка – середній дохід на душу населення складає лише 22% від середнього показника у ЄС. Отже, “комбінація економічної слабкості й демографічної міці” не робить привабливим у середньостроковій перспективі прийом Туреччини до ЄС, – констатує автор (с.686-687).

Серйозну увагу у монографічному дослідженні приділено зовнішній політиці “Великої коаліції” і діяльності канцлера ФРН А.Меркель у перший період її діяльності у 2005-2009 роках (с.715-782). Саме на цей період припадає головування ФРН в ЄС – січень-червень 2007 р. У добу коаліції Німеччина з успіхом головувала у G-8, намагаючись залучити до її роботи країни Третього світу, які швидко розвивалися. Багато у чому, завдячуючи ідеям А.Меркель, змогла зреалізуватися ідея Великої двадцятки. ФРН також підтримала серйозні інституційні зміни в ЄС: насамперед це було пов’язане з виробленням й ратифікацією Лісабонського договору. Важливими напрямками стали також боротьба за досягнення і зміцнення єдиного європейського платіжного простору; вироблення єдиної загальноєвропейської стратегії у сфері енергопостачання. У роботі відзначено і те, що до кінця 2007 р. було утворено Єв-

ропейський технологічний інститут. Показово, що населення ФРН позитивно оцінило підсумки головування ФРН в ЄС – 76% охарактеризували їх як “важливі”, а 65% німців вітали членство в ЄС (с.724-726). Не випадково, впливовий журнал “Форбс” упродовж 4 років канцлерства А.Меркель визнавав її найвпливовішою жінкою у світі.

Підводячи підсумки рецензійному огляду фундаментальної праці М.В.Павлова, підкреслимо що у 2006-2010 роках він перебував на дипломатичній службі, працюючи радником російського посольства у Німеччині. Цікаво відзначити, що дослідник дещо раніше – у 2001 р. випустив у світ досить фундаментальний курс лекцій країнознавчого характеру для студентів і слухачів факультетів іноземних мов. І характеризуючи новітню Німеччину на перших сторінках праці, автор зазначив: ФРН – це не просто “промислово розвинута країна у центрі Європи, а цілий світ, що включає у себе такі поняття як стабільність, надійність, довіра” [5, с.6].

266

Говорячи про перспективи ФРН у новому десятилітті, автор написав, що основний акцент робитиметься на “активне втягнення Лондона” у франко-німецькі зусилля по просуванню євроінтеграції і буде також пов’язаний з посиленням “взаємодії” в рамках глобальних форумів, зокрема у “Групі восьми” (с.789). Зауважимо однак, що Історія як завжди внесла власні корективи: “вісімка” знов перетворюється у G-7, а Британія, як нещодавно заявив Д.Камерон, намагатиметься покинути ЄС у 2017 році. Час покаже...

Однак слід завжди пам’ятати про гіркі сторінки європейської та німецької історії, які ніколи вже не повторяться. Як зазначив З.Бжезинський, на початку ХХ століття Європа перебувала на вершині світової могутності, але минуло якихось 30 років – і вона знищила сама себе. “Усе сталося так швидко, бо Європа не змогла пристосувати злету агресивної та дедалі могутнішої імперської Німеччини до тодішньої європейської системи. Це схоже на виклики, пов’язані зі зростанням сучасного Китаю у теперішній новій Азії” [6, с.123]. Отже, варто замислитися над цими уроками минулого й сьогодні, діючи гнучко й обережно у середньостроковій перспективі.

І на завершення ще раз підкреслимо важливість і своєчасність праці М.В. Павлова. Специфіка й унікальність проведеного автором дослідження полягають передусім у зваженому, вільному від

стереотипів холодної війни комплексному аналізу діяльності Німеччини на міжнародній арені – від доби Бісмарка й фактично до початку другого десятиліття нового віку, коли ФРН перетворилася у “м’якого гегемона” Європи і намагається керуватися у зовнішній стратегії на глобальному й регіональному рівнях демократичними принципами.

**Джерела та література:**

1. Веттиг Г. Н.С.Хрущев и Берлинский кризис 1958-1963 годов: Политика угроз и возведение Берлинской стены. – М.: РОССПЭН, 2007.

2.Плато А., фон. Объединение Германии – борьба за Европу. – М.: РОССПЭН, 2007.

3. Еліас Н. Про німців. – К.: Юніверс, 2010.

4. Wolfrum E. Der Nationalsozialismus im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland. Kulturen der Vergangenheitsaufarbeitung 1949-1999 // Bilanz: 50 Jahre Bundesrepublik Deutschland. – St.Ingbert, 2001.

267

5. Павлов Н.В. Германия на пути в третье тысячелетие. Пособие по страноведению. – М.: Высш. школа, 2001.

6. Бжезинський З. Стратегічне бачення: Америка і криза глобальної влади. – Львів: Літопис, 2012.

---

---

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

**Балицька Юлія Олегівна** – кандидат політичних наук, асистент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Блажко Володимир Олексійович** – доктор габілітат соціології, головний науковий співробітник Інституту Європейської інтеграції та політичних наук Академії наук Республіки Молдова.

**Буга Яна Валеріївна** – кандидат політичних наук, співробітник кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Такман Сергій Михайлович** – кандидат історичних наук, заступник директора-начальник науково-дослідного відділу Чернівецького центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади та місцевого самоврядування.

268 **Гатрич Вікторія Русланівна** – аспірант кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Гісса Олександра Костянтинівна** – здобувач кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Грушко Олексій Олександрович** – здобувач кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Звоздецька Оксана Ярославівна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Карпо Василь Леонтійович** – кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Катеринчук Павло Миколайович** – кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Лучак Микола Миколайович** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасних іноземних мов та перекладу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

---

---

**Макух-Федоркова Іванна Іванівна** – кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Недокус Ігор Степанович** – кандидат політичних наук, доцент кафедри політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Нечаєва-Юрійчук Наталя Вікторівна** – кандидат історичних наук, доцент кафедри політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Осадица Іван Степанович** – кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Романенко Олександр Сергійович** – здобувач кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Сахновська Уляна Євгенівна** – аспірант кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. 269

**Сахновський Євген Васильович** – кандидат історичних наук, доцент кафедри історії нового та новітнього часу Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Соснін Олександр Васильович** – доктор політичних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри міжнародної інформації Національного авіаційного університету.

**Фісанов Володимир Петрович** – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Фісанов Кирило Володимирович** – магістр з державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

**Шкробанець Олена Ігорівна** – аспірант кафедри міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича.

---

---

## ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ НАУКОВИХ СТАТЕЙ

Кафедра міжнародної інформації Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича запрошує фахівців у сфері політичних наук, міжнародних відносин – докторів, кандидатів наук, аспірантів – до співпраці на сторінках наукового фахового видання з політичних наук та міжнародних відносин «Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент». Головний редактор – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації ЧНУ Володимир Петрович Фісанов. Збірник «Аналітика. Прогнози. Інформаційний менеджмент» видається один-два рази на рік та має тематичне спрямування з політичних наук і соціальних комунікацій. Окрім наукових статей чекаємо на рецензії, наукові огляди та інформаційні повідомлення. При підготовці матеріалів для публікації у збірнику редакційна колегія наукового видання та видавництво просять авторів дотримуватися наступних вимог:

1. Стаття має бути підготовлена українською мовою й оформлена відповідним чином:

- індекс УДК (на початку ліворуч);
- назва статті (по центру);
- анотація українською мовою (не менше 500 знаків);
- ключові слова (до восьми);
- анотації російською та англійською мовами (не менше 500 знаків кожна)

у такому порядку й вигляді: прізвище, ініціали автора (виділити жирним курсивом); назва статті (виділити жирним прямим); (з абзацу) текст анотації; (з абзацу) ключові слова;

- текст статті;
- список використаних джерел, оформлений відповідно до останніх вимог стосовно наукових фахових публікацій.

2. У структурі статті повинні бути відображені обов'язкові елементи згідно з вимогами до наукових фахових публікацій, а саме:

- постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор;
- виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття;
- формулювання мети або цілей статті (постановка завдання);
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

- висновки;
- перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

3. Технічні вимоги до оформлення статей:

- обсяг статті, у тому числі зі списком використаних джерел, таблицями,

---

---

схемами, анотаціями тощо не повинен перевищувати 0,5 др. арк. (20 тис. знаків); сторінки мають бути пронумеровані (зверху, по центру, без номера на першій сторінці);

– текст має бути надрукований шрифтом Times New Roman, 14 кеглем через 1,5 інтервали; верхнє, нижнє поле – 2 см, лівє – 3 см, правє – 1,5 см;

– посилання і примітки мають відповідати наступним вимогам: посилання на джерела оформлюються за правилами бібліографічного опису літератури (у квадратних дужках номер джерела з посиланням на сторінку, наприклад, [1, с. 7]); примітки робляться посторінково, автоматично, з позначкою \*;

– ілюстративний матеріал має відповідати наступним вимогам: графіки та діаграми мають бути зроблені у Microsoft Graph або Microsoft Excel; написи та підписи подано українською мовою; формули мають бути належним чином оформлені та зроблені у Microsoft Equation; якщо ілюстрації скановано, то вони мають бути записані у форматі tif, jpeg з роздільною здатністю не менше 300 dpi.; написи на ілюстраціях та підписи до них мають бути подано українською мовою;

– стаття (ім'я файла включає прізвище автора англійською) має бути надрукована на комп'ютері (редактор Microsoft Word) і записана на електронно-носії;

Статті, надіслані з порушенням технічних вимог, редакційною колегією не рецензуються та повертаються автору.

4. До статті обов'язково додаються дані про автора – прізвище, ім'я та по-батькові (у називному відмінку); науковий ступінь, учене звання, посада, місце роботи (без скорочень); контактний телефон (разом із кодом міста); інші засоби зв'язку; іноземні автори вказують також назву країни.

5. Стаття має бути прорецензована і рекомендована до друку та подаватися з рецензією керівника (для аспірантів).

6. В разі, якщо текст статті надсилається електронною поштою, він повинен надсилатися з електронної адреси автора статті, за якою здійснюватиметься листування з ним. Для здобувачів наукового ступеня кандидата наук обов'язково слід вказати електронну пошту наукового керівника.

Редакційна колегія може скорочувати й редагувати матеріал за погодженням із автором або відхилити його в разі невідповідності вимогам.

Відповідальність за зміст несе автор.

Матеріали подавати за адресою:

E-mail: [ivosadtsa@yahoo.com](mailto:ivosadtsa@yahoo.com) (Відповідальний секретар збірника «Медіафорум: Аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент» Осадца Іван Степанович. З позначкою «у збірник»), або Відповідальному секретареві збірника «Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент» доц. Осадца І.С., Кафедра міжнародної інформації, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, вул. Коцюбинського, 2, м. Чернівці, 58000

Телефон для довідок: (0372)52-55-55 або 050-540-78-48.

*Наукове видання*

# **МЕДІАФОРУМ**

**Випуск II**

*Збірник наукових праць*

## ***Аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент***

**Медіафорум** : аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент : зб. наук. праць. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. – Вип. 2-ий. – 272 с.

Науковий редактор – В.П. Фісанов

Технічний редактор – Т.В. Мінаєва

Коректор – Т.М. Клешніна

Комп'ютерна верстка – І.С. Осадца