

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ІНФОРМАЦІЇ



**Імплементація в Україні
європейського досвіду
інформаційно-комунікаційного
забезпечення
органів місцевої влади та
самоврядування**

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції
20 травня 2016 р.*

Луцьк – 2016

УДК 321(477)(063)
ББК 66.3(4УКР),124я431

*Рекомендовано вченою радою факультету міжнародних відносин
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*

Рецензенти:

Юськів Б. М. – доктор політичних наук, професор кафедри економічної кібернетики Рівненського державного гуманітарного університету

Гулай В. В. – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Національного університету «Львівська політехніка»

Імплементація в Україні європейського досвіду інформаційно-комунікаційного забезпечення органів місцевої влади та самоврядування : матеріали науково-практичної Інтернет-конференції (20 травня 2016 р., м. Луцьк) / [за ред. Н. П. Карпчук]. – Луцьк, 2016. – 103 с.

Наукове видання представлене публікаціями, які присвячені питанню вивчення досвіду європейських країн у сфері інформаційно-комунікаційного забезпечення діяльності місцевих органів влади. Успіх децентралізації влади та реформи місцевого самоврядування в Україні прямо залежить від широкої підтримки громадськості, яка можлива за умови повного та прозорого інформування та ефективної комунікації влади на місцевому рівні. Спроможність влади донести інформацію до кожної категорії громадян є ознакою якісного демократичного урядування.

Збірка розрахована на широке коло фахівців з міжнародної інформації, спеціалістів інформаційно-аналітичних відділів місцевих органів державної влади й управління, у відділах зв'язків з громадськістю та ін.

Матеріали подано в авторській редакції.

**УДК 321(477)(063)
ББК 66.3(4УКР),124я431**

© СНУ імені Лесі Українки, 2016

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. Інформаційна політика, комунікаційна політика та зв'язки з громадськістю.....	7
<i>Каменєва О. М.</i> Налагодження комунікації між політичним лідером та електоратом в умовах законодавчого обмеження політичної реклами.....	7
<i>Карпчук Н. П.</i> Комунікації з залучення громадян: досвід ФРН.....	11
<i>Кулик С. М.</i> Міжнародні пробіги мотоклубу «Нічні вовки» – елемент інформаційної політики Володимира Путіна.....	15
<i>Левчинська Н. М.</i> Роль BRAND EU CENTRE у брендингу Європейського Союзу.....	21
<i>Ремезовський Н. Б.</i> Інформаційна війна: «Україна та Росія».....	26
<i>Терещук В. І.</i> Віртуальна дипломатія України: проблеми та перспективи.....	28
<i>Шульська Н. М.</i> Способи підвищення мовної компетентності працівників органів державної влади місцевого рівня.....	33
 СЕКЦІЯ 2. Європейські публічні комунікації.....	38
<i>Ніжник А. В.</i> Імідж Європи та Європейського Союзу в українських медіа....	38
<i>Сащук О. С., Карпчук Н. П.</i> Соціальні мережі в публічній політиці Європейського Союзу.....	41
<i>Терещук М. І.</i> Політика національного брендингу Чеської Республіки: інституціональні та програмні аспекти.....	44
 СЕКЦІЯ 3. Електронне урядування, електронна участь, електронна демократія.....	48
<i>Гачкевич А. О.</i> Тролінг як виклик електронній демократії: на прикладі подання електронних петицій.....	48
<i>Гриневич Б. В.</i> MICROSOFT «SKYPE для бізнесу» як інструмент для впровадження моделі дистанційного навчання.....	52
<i>Мазур В. І.</i> Особливості використання крипто валюти в світі та в Україні...	55
<i>Пищакова К.</i> Механізми взаємодії держави і громадянського суспільства через мережу Інтернет.....	59
<i>Федонюк С. В.</i> Collaborative OSINT.....	63
 СЕКЦІЯ 4. Європейська інтеграція України.....	67
<i>Пелипенко І. В., Миронова О. І.</i> Європейський досвід впровадження дистанційної освіти у контексті євроінтеграції.....	67
<i>Покотило А. О., Митко А. М.</i> Євроінтеграція України в європейський освітній простір.....	72
<i>Рудянин І. П., Яцечко-Блаженко Т. В.</i> Проблеми та перспективи європейської інтеграції України.....	76

СЕКЦІЯ 5. Різне.....	80
<i>Байрак С. О., Остролуцький А. М.</i> Структурно-функціональний аналіз спецслужб в Україні.....	80
<i>Гладишук С. О., Дяченко А. О.</i> Більшовицька пропаганда в Західній Волині у 1919–1921 роках як загроза національній безпеці: досвід протидії збройних сил Польщі для сучасної системи оборони України.....	85
<i>Гонтарук Я. Б.</i> Розвиток туризму в рамках євро регіону «Буг».....	89
<i>Остролуцький А. М., Кіріченко С. А.</i> Сучасні політичні виклики у сфері реформування збройних сил України.....	93
<i>Остролуцький А. М., Фень А. О.</i> Місце СБУ в системі забезпечення національної безпеки України.....	97
<i>Остролуцький А. М., Яцечко-Блаженко Т. В.</i> Безпека універсальних комунікацій в музеї.....	99

СЕКЦІЯ 1
ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА, КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА
ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

УДК: 32.019

© Камєнєва О. М.

НАЛАГОДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ ПОЛІТИЧНИМ ЛІДЕРОМ ТА
ЕЛЕКТОРАТОМ В УМОВАХ ЗАКОНОДАВЧОГО ОБМЕЖЕННЯ
ПОЛІТИЧНОЇ РЕКЛАМИ

Існує певна схема побудови діалогу між лідером та громадянами в процесі передвиборчої кампанії. Її суть в продуманому комплексі дії, в результаті котрих продукується і поширюється інформація. Остання згодом впливає на цільову аудиторію, стимулюючи її до дій. Побудова стратегії комунікації включає впровадження та використання певних форм політичної реклами, PR, ЗМІ як каналів комунікації. Але остання виборча кампанія (до місцевих органів влади), що відбулася 2015 року дала початок тенденції до змін у виборчому законодавстві, зокрема обмеження використання PR та політичної реклами в процесі передвиборчої кампанії. 14 липня 2015 року до Верховної Ради народними депутатами України був поданий проект Закону про заборону політичної реклами (№ 2474а від 04.08.2015 року) та проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження передвиборної агітації та протидії прихованій рекламі (№ 2474а-1 від 20.08.2015 року) [6].

Отже, перший законопроект пропонував заборонити рекламу політичних партій в аудіовізуальних засобах масової інформації та на носіях зовнішньої реклами. Другий містив комплекс змін у Закони України «Про рекламу», «Про місцеві вибори» і в Кодекс України про адміністративні правопорушення – зокрема, квоти для політичної реклами на телебаченні та радіо, мінімальну тривалість рекламного ролика та штрафи для посадових осіб ЗМІ за приховану політичну рекламу.

В монографії «Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної «кухні», Л. Климаська зазначає, що сучасна політика перетворюється на бізнес з використанням комунікативних технологій. Такі поняття як «бренд», «маркетинг» зі сфери торгівлі переходять в політичну сферу[3]. Це зумовлено загостренням конкуренції в боротьбі за політичне лідерство. О. Боднарчук у статті «Комунікативні технології як форма організації політичної взаємодії» пише, що в сучасному суспільстві зростає прикладна роль комунікативних технологій, які спрямовуються на досягнення конкретних політичних цілей окремих учасників політичної боротьби[2]. В роботі доктора політичних наук Л. Кочубей «Виборчі технології: політичний аналіз на прикладі виборів до парламенту сучасної

України» проводиться аналіз використання виборчих технологій під час політичних PR-кампаній [4]. Як переконана автор політичні технології, у тому числі технології політичного лідерства, набувають ринкових ознак, а саме лідерство стає своєрідним товаром, особливо під час виборчих кампаній [1].

Як бачимо тенденція до обмеження використання непрямих комунікативних технологій існує не лише на законодавчому рівні, але й у працях вітчизняних науковців. Якщо повернутися до розгляду законопроектів про обмеження політичної реклами та PR варто зазначити, що Комітет з питань правової політики та правосуддя на своєму засіданні 4 листопада 2015 року розглянув проект Закону про заборону політичної реклами (реєстр. № 2474а від 04.08.2015 року) та проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження передвиборної агітації та протидії прихованій рекламі (реєстр. № 2474а-1 від 20.08.2015 року) і загалом підтримав ініціативу авторів законопроекту. Для реалізації завдання Комітет запропонував внести системні зміни до законів України "Про вибори народних депутатів України", "Про вибори Президента України", "Про рекламу", "Про телебачення і радіомовлення". Центральна виборча комісія висловила окремі зауваження до законопроекту № 2474а. В висновку ЦВК зазначено, що законопроект потребує доопрацювання. Міністерство інформаційної політики України в цілому підтримує законопроект № 2474а-1, однак вважає за необхідне здійснити його перегляд відповідно до висловлених зауважень. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у своєму висновку висловлює окремі пропозиції до законопроекту № 2474а-1, а також зазначає, що підтримує ідею врегулювання політичної реклами та агітації на законодавчому рівні.

На разі, питання втілення обмеження обсягів передвиборчої агітації та політичної реклами є таким, що залишається відкритим. Однак тенденція до змін у виборчому законодавстві існує. Прийняття даного закону, хай і з поправками та доповненням допоможе уникнути зловживання кандидатами, це захистить виборців від надмірної реклами і створить перешкоди для фінансування «кишенькових» політичних кандидатів і партій. Постає питання, які перспективи налагодження комунікаційної політики між політичним лідером та громадськістю в умовах законодавчого обмеження PR та політичної реклами чи їх заборони?

На нашу думку політичну рекламу не варто забороняти категорично. Тотальна заборона політичної реклами – це консервація конкуренції. Як вважає піар-консультант Сергій Сироватка, заборона політичної реклами аналогічна забороні реклами цигарок у 2012 році, коли виробники сигарет самі ж лобіювали заборону реклами тютюнових виробів. Як результат – жоден новий виробник не вийшов на ринок. Ця сама тенденція простежується із заборonoю реклами пива, що вступила дію в липні минулого (2015) року. Тобто мова про те,

що великі бренди, котрі вже мають свою нішу зацікавлені в тому, щоб позбавлятися від нових конкурентів. Це ж саме з політичною рекламою [7, с.17].

Зрозуміло, що питання часткової чи повної заборони політичної реклами та агітації знову буде повертатися до обговорення. І як правило це відбуватиметься напередодні виборчих кампаній. Україна потребує особливого закону про політичну рекламу. Рано чи пізно він буде прийнятий. Звісно, його впровадження дещо послабить канали, через які великі лоббі-групи, олігархи проштовхували свої інтереси. Стосовно перспектив побудови передвиборчих кампаній в умовах обмеження політичної реклами, можна виділити і такі тенденції:

- усі політичні лідери (партії) отримають однаків ефірний час;
- кількість політичної реклами, PR-у перейде у якість;
- на перший план вийдуть нові канали комунікації, які будуть використовуватися більш продуктивно ніж до того часу;
- замість агресивного рекламного зомбування суспільство отримає якісну політичну дискусію, продумані сюжети;
- буде надана більша можливість виходити на політичний ринок новим лідерам та партіям;
- в перспективі можна говорити про саморегуляцію з боку гравців медійної та політичної сфери, вироблення спільних правил поведінки та їх дотримання.

Ще одним варіантом налагодження комунікації в умовах обмеження політичної реклами та PR є активніша робота з електоратом: особисті зустрічі, виступи політичних лідерів. На думку більшості ведучих спеціалістів, як вітчизняних, так і зарубіжних, такий вид комунікативних технологій як безпосередня робота з виборцями ефективніша за агітацію через ЗМІ і зовнішню рекламу. Хоча підкреслимо, що без політичної реклами процес комунікації буде сухим і однобоким.

Тим каналом, що дасть можливість застосовувати комунікативні технології в умовах обмеження законодавством політичної реклами стануть SMM (соціальні медіа). Даним питанням вже займаються такі дослідники як Г. Агафонова, М. Соколов, Н. Чудова, що проводили емпіричний аналіз діяльності політичних сил в інтернет-просторі. В основному вони досліджували вихід політичних сил, окремих лідерів в інтернет середовище. Також варто згадати таких науковців як О. Андрійчук, Р. Базарова, Є. Мамонтову, Л. Шульгіну, В. Мірошніченко, чия увага на соціальних медіа була зосереджена в основному як на засобі для створення бренду політичних сил. На думку Ю. Кузнецової, особистість в Інтернеті сприймається як суб'єкт культури [5]. Такий журналіст як М. Соколов вважає, що популярність Інтернету як комунікативного каналу зумовлена бажанням створити

найпозитивніший “Я-образ”, у якому нівелюють сигми (негативні атрибути) й виходять на перший план переваги комуніканта [8]. І якщо за допомогою таких «традиційних медіа» як телебачення, радіо, преса досягається різного роду популярність, то для підвищення «лояльності» цільової аудиторії необхідно застосовувати соціальні медіа.

Зрозуміло, що великі виборчі бюджети ставлять у нерівне становище тих кандидатів, котрі не мають достатнього фінансування, лідерів-новачків, що просто не можуть дозволити собі значні витрати на придбання часу в радіо чи телеефірах, купівлю газетної площі, щоб бути конкурентоздатними гравцями і бути на рівні зі своїми більш профінансованими опонентами. І ті, хто проти обмеження політичної реклами мають усвідомлювати, що фінансування політиків олігархами є одним із чинників і привів до загального зубожіння населення, в тому числі і медійників, котрі змушені заробляти на створенні не зовсім законних PR чи рекламних матеріалах. На нашу думку обмеження політичної реклами і одночасно грамотна побудова комунікації не лише дасть результати у вигляді голосів електорату, але й підніме рівень довіри до політичних лідерів в українському суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архетипи політичного лідерства як підґрунтя маніпулятивних технологій / Лариса Кочубей, Катерина Меркотан // Публічне управління: теорія та практика. – 2010. – № 3-4. – С. 312 – 317.
2. Боднарчук О.В. Комунікативні технології як форма організації політичної взаємодії / О.В. Боднарчук // Питання сучасної науки і освіти : матер. дев'ятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 18–20 липня 2013 р.). – К., 2013. – С. 43–48.
3. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної «кухні»: [Монографія] / Л. Д. Климанська. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 332 с.
4. Кочубей Л.О. Виборчі технології: політологічний аналіз на прикладі виборів до парламенту сучасної України / Л.О. Кочубей. – К.: Юридична думка, 2006. – 280 с.
5. Кузнецова Ю. М. Психология жителей Интернета / Ю. М. Кузнецова, Н. М. Чудова. – Москва : ЛКИ, 2008. – 224 с.
6. Проект Закону про заборону політичної реклами. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=56229
7. Регулювання передвиборної агітації та політичної реклами. Спеціальний звіт. — К.: Телекритика, 2015. — 26 с. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=56229

8. Соколов М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / М. Соколов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. Соколова. - Москва; Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. – С. 9–39.

УДК 327:061

© Карпчук Н. П.

КОМУНІКАЦІЇ З ЗАЛУЧЕННЯ ГРОМАДЯН: ДОСВІД ФРН

У 2000 р. на основі досліджень та висновків 70 експертів з різноманітних сегментів німецького суспільства було оприлюднено Меморандум з е-уряду, де е-уряд визначався як здійснення процесу формування громадської думки, вироблення рішень та реалізація функцій у політиці, державі та управлінні з широким використанням інформаційних технологій. Одним із напрямів є е-демократія чи е-участь, яка розуміється як залучення громадян у процес прийняття політичних рішень, що складається з таких етапів: сприйняття політичної інформації; політичний дискурс, протягом якого відбувається обмін різними точками зору; безпосереднє вироблення політичного рішення [7].

У вересні 2000 р. федеральний уряд розпочав ініціативу Bund Online 2005, щоб надати онлайн послуги федерального управління до 2015 р.; у липні 2003 р. Bund Online 2005 була доповнена ініціативою Deutschland Online, щоб посилити співпрацю та координацію між різними рівнями урядової системи Німеччини через використання інноваційних технологій [11]. Принципами е-уряду Німеччини є: орієнтація на корисність для громадян та бізнесу, ефективність щодо витрат, захист даних та прозорість обробки даних, підтримка соціальної участі громадян та бізнесу, сприяння пошуку інноваційних рішень для вирішення проблем [9].

У той час, коли більшість проектів е-участі реалізуються на міському чи регіональному рівнях, два важливих проекти були започатковані на федеральному рівні:

- у березні 2010 р. Парламент Німеччини створив Комісію з питань Інтренету та цифрового суспільства (Enquete Commission on Internet and digital Society (EIdS)), щоб визначити дії держави у напрямі демократичного розвитку в умовах диджиталізації. Ціль Комісії – забрати ідеї громадян через платформу www.enquetebeteiligung.de, яка розпочала роботу з лютого 2011 р. Темати обговорень були культура і медіа, економіка і довкілля, освіта і дослідження, захист прав споживачів, право і внутрішні справи, суспільство і демократія. Вперше громадяни отримали можливість прямо впливати на роботу Парламенту. Користувачі мали змогу коментувати пропозиції, визначати їх рейтинг і спільно працювати над текстом;

• у 2010 р. Канцлер Німеччини А. Меркель розпочала діалог про майбутнє Німеччини, бажаючи отримати відповіді громадян на такі питання: Як німці хочуть жити у майбутньому? Як вони хочуть працювати? Як вони хочуть навчатися? «Діалог про майбутнє» (Zukunftsdialog) започаткований для генерування ідей і політик, щоб подолати виклики нових тенденцій та неочікуваного розвитку. За підтримки експертів діалог з громадянами проводився на платформі <http://dialog-ueber-deutschland.de>. Результати діалогу з експертами були опубліковані у спеціальній доповіді; з ідей громадян було обрано 20 пропозицій, автори 10 найтоповіших пропозицій отримали запрошення персонально обговорити ідеї з Канцлером. Такий діалог суттєво підвищив популярність А. Меркель [8].

У 2006 р. Федеральне міністерство внутрішніх справ прийняло урядову програму «E-Government 2.0», пріоритетом якої є участь громадян в управлінні та політиці. У проекти було залучено 50 міст, аналіз реалізації яких, проведений у червні 2010 р., засвідчив, що у питаннях планування міст громадяни залишаються пасивними отримувачами інформації через сайти, однак іноді вони змушені фізично відвідувати відповідні урядові офіси для отримання додаткової інформації. 58 % сайтів надають громадянам можливість коментувати проекти рішень та концепції, однак лише 6 % мають віртуальні опитування щодо проектів забудови міст, додатки Web 2.0 використовуються рідко; 60 % міст пропонують громадянам можливість запропонувати власні ідеї з приводу бюджетного планування загалом через заповнення онлайн форм, 20 % - через участь у бюджетній платформі [10].

Яскравими позитивними прикладами е-участі є досвід таких німецьких міст:

- м. Фрайбург: сайт легкий для пошуку, інформація доступна за три-чотири кліки. Громадяни мають можливість оцінити попередні та поточні проекти, залежно від стадії проекту, можна отримати додаткову інформацію: ціль, зона реалізації, вплив на довкілля, рішення Ради, участь громадян в реалізації проекту. Громадяни можуть взаємодіяти з Радою через е-пошту, е-форми, Twitter чи YouTube;

- м. Ессен: протягом 2 місяців громадяни мали можливість активно обговорювати планування витрат бюджетних коштів, пропонуючи ідеї заощадження, коментуючи пропозиції інших громадян та влади. Обговорення також проводилися у Twitter;

- м. Бонн: мер міста регулярно вступає у прямий діалог з громадянами через он-лайн платформу. Після реєстрації громадяни можуть коментувати пропозиції інших, ранжувати їх, пропонувати власні ідеї. Проводяться он-лайн опитування;

- м. Берлін: діє принцип «єдиного вікна», громадяни беруть участь в плануванні бюджету районів міста та плануванні забудови [10].

1 серпня 2013 р. прийнято Акт про е-уряд, мета якого – посилити електронну комунікацію з адміністрацією та надати можливість федеральному, державному та місцевому

уряду надавати простіші, ефективніші урядові послуги, орієнтовані на споживачів [6].

3 жовтня 2011 р. на YouTube веде мовлення канал федерального уряду, що транслює відео з актуальних політичних питань. До регулярних відео належать: «Тиждень канцлера», що містить огляд найбільш важливих заходів; «Podcast» – програма, в якій канцлер розповідає про своє ставлення та очікування від найближчих подій; «3 питання, 3 відповіді», в якій міністри відповідають на поставлені запитання [1].

За допомогою Twitter громадяни можуть спілкуватися безпосередньо з прес-секретарем уряду. На сьогодні цей акаунт має понад 100000 «фолловерів». Фотографії, що з'являються під час офіційних заходів та інших важливих подій за участю Канцлера, розміщуються на Flickr [3].

У 2013 р. Німецька федеральна агенція інформаційних технологій, телекомунікацій та нових медіа (BITKOM) провела дослідження, протягом якого з'ясувала, що більшість користувачів розглядають Інтернет як засіб просування демократії. Кожен третій громадянин бере участь у виборах через Інтернет, 64 % молоді віком 18-29 років обирає саме цей засіб комунікації, 44 % німців виявляють інтерес до політичної участі через Інтернет [2].

Прикладом е-участі є е-петиції, які з 2005 р. подаються Парламенту. Все, що необхідно, – заповнити та надіслати е-форму. Окрім цього надається можливість обговорювати оприлюднені е-петиції, підписуватися у підтримку петицій. Важливо, що у такий спосіб громадяни можуть обговорювати як місцеві, так і загальнонаціональні, і навіть міжнародні питання [2].

Іншим прикладом є проект «Live + Gov», мета якого – посилити діалог, орієнтований на громадян, за допомогою мобільних технологій – смартфонів. Громадян закликають повідомляти та обговорювати проблеми з обраними службовцями через мобільні пристрої. Це посилює прозорість діяльності владних органів, підвищує довіру до обранців, робить процес прийняття рішень вагомішим та відповідальнішим [5]. Участь громадян орієнтована на пересічних німців місцевого рівня. Однак у Німеччині визнають, що широке використання ІКТ може розширити цифровий розподіл, особливо це стосується іммігрантів та неосвічених сегментів суспільства. Г. Воуе стверджує, що загалом лише високоосвічені громадяни реалізують свої політичні інтереси через Інтернет, політичні меседжі не досягають менш освічених німців через такий канал комунікації [4].

Отже, намагаючись залучити громадян до процесів обговорення та прийняття важливих рішень як для окремої місцевої спільноти, так і для усієї держави, уряд, місцеві органи влади вдаються до різноманітних сучасних засобів інтеракції з громадянами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : [аналіт. доп.]. – К. : НІСД, 2014. – 40 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/comunicat_depart.pdf
2. Born S. E-participation enables political participation by electronic means [Electronic resource] / Sigrid Born. – Available at : <https://www.alumniportal-deutschland.org/en/sustainability/politics/article/e-participation-political-participation.html>
3. Bundespresseamt [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatistischeSeiten/Breg/bundespresseamt-das-amt-imueberblick.html?nn=391634>
4. [Christian H. Wahlen können nicht im Netz gewonnen werden, aber sie können im Netz verloren werden](#) [Electronic resource] / Christian Heise. – Available at : <http://www.e-demokratie.org/interview/wahlen-konnen-nicht-im-netz-gewonnen-werden-aber-sie-konnen-im-netz-verloren-werden/>
5. Facts about Live+Gov [Electronic resource]. – Available at : <http://liveandgov.eu/>
6. Germany: E-Government Act comes into effect [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epsiplatform.eu/content/germany-e-government-act-comes-effect>
7. Gesellschaft für Informatik GI and Verband Deutscher Elektrotechniker VDE (2000) : Electronic Government als Schlüssel zur Modernisierung von Staat und Verwaltung. Ein Memorandum des Fachausschusses Verwaltungsinformatik der Gesellschaft für Informatik und des Fachbereichs 1 der Informationstechnischen Gesellschaft im Verband Deutscher Elektrotechniker [Electronic resource]. – Available at : www.unioldenburg.de/fb3/lehre/lenk/MEMORA
8. Große K. Discussing Germany's Future: The Evaluation of Federal Online Citizen Participation [Electronic resource] / Katharina Große. – Available at : http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Grosse.pdf
9. National E-Government Strategy. IT Planning Council decision of 24 September 2010 [Electronic resource]. – Available at : http://www.it-planungsrat.de/SharedDocs/Downloads/DE/Strategie/National_E-Government_Strategy.pdf?__blob=publicationFile
10. Schellong A. Government 2.0 in Beta PHase. An Analysis of eParticipation and Web 2.0 Applications of Germany's 50 largest Cities and 16 Federal States, 2010 [Electronic resource] / Alexander Schellong, Philipp Girrger. – Available at : http://assets1.csc.com/de/downloads/CSC_policy_paper_series_06_2010_government_20_beta_phase_English.pdf

11. Winkel O. Electronic Government in Germany – a key future prospect, but expectations are exaggerated [Electronic resource] / Olaf Winkel. – Available at : http://www.hwr-berlin.de/fileadmin/profpages/winkel/EG_Germ_T.pdf

УДК [796.72:327](470+571)

© Кулик С. М.

МІЖНАРОДНІ ПРОБІГИ МОТОКЛУБУ «НІЧНІ ВОВКИ» – ЕЛЕМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ВОЛОДИМИРА ПУТІНА

Діяльність мотоклубу «Нічні вовки» набула особливого міжнародного резонансу завдяки мотопробігам «Дороги Перемоги – на Берлін!», присвяченим Дню Перемоги. В умовах, коли Росія анексувала Крим, а байкери були активними учасниками подій на південному-сході України на стороні РФ, мотопробіг привернув увагу політикуму і громадськості країн-членів ЄС.

Пробіги «Нічних вовків» – не лише приватна ініціатива мотоклубу, це повноцінний інструмент публічної дипломатії РФ у реалізації зовнішньої політики. Так, Федеральне агентство у справах СНД, співвітчизників, які проживають за кордоном («Россотрудничество»), створило мережу закордонних представництв – Координаційні ради організацій російських співвітчизників в державах світу. Представництва КРОРС працюють майже у всіх країнах Європи відповідно до програм МЗС РФ. У переліку завдань КРОРС на 2016 р. є пункт про залучення європейських байкерських клубів до мотопробігу «вовків» «Дорогами Перемоги». На пропозицію брати участь в ініціативі КРОРС відгукнулися байкери Угорщини, Австрії, Чорногорії, Сербії, Болгарії, Македонії, Словаччини, Туреччини, Франції, Хорватії, Чехії [5]. Однією з преференцій їм обіцяно запрошення на «Байк-Шоу – 2016», яке планується провести в Севастополі 12 серпня 2016 р.

Таблиця 1.

Характеристика мотопробігів «Дороги Перемоги – на Берлін!» байк-клубу «Нічні вовки»*

Ознаки	Характеристика
Дата проведення	2015 р.: 25 квітня – 9 травня, присвячений 70-річчю Перемоги у Великій Вітчизняній війні; 2016 р.: 29 квітня – 9 травня
Маршрут	6 тис. км, шість країн, дванадцять міст Європи: Москва – Мінськ – Брест – Вроцлав – Брно – Братислава – Відень – Мюнхен – Прага – Таргау – Карлсхорст – Берлін
Координатор	Пробіги відбулись без участі президента мотоклубу «НВ»

пробігу, кількість байкерів	<p>Олександра Залдостанова «Хірурга», на якого США, Канада, країни ЄС наклали санкції. Координатор акції – Андрій Бобровський «Акела», відомий з приводу «обшуку косметички» при перетині польського кордону під час пробігу 2015 р.</p> <p>Колона стартувала в Москві чисельністю 200 байкерів. Організатори заявляли, що по маршруту буде рухатись група з 15-20 мотоциклістів, а у Берліні їх буде декілька сотень.</p>
Символіка	<p>Планували використати радянські («За Родину! За Сталіна!») прапори, фірмові жилети байк-клубу «НВ» з символікою пробігу «Дорогами війни», футболки із зображенням Й. Сталіна. Однак у країнах ЄС організаторам дозволили використали лише копію прапора Перемоги.</p>
Ідеологія	<p><i>Мотопробіги прославляли силу духу і непереможність «російської людини».</i> Ідея мотопробігу країнами Європи, за словами О. Залдостанова, виникла після спілкування з ветераном ВВв Н. Кириловою (м. Єкатеринбург), яка була бійцем мотоциклетної роти Уральського добровольчого танкового корпусу [4].</p> <p><i>«Велика Перемога – вершина російської історії».</i> Маршрут пробігу – це маршрут Червоної Армії. Під час пробігу байкери відвідували могили радянських воїнів-визволителів, меморіальні комплекси, присвячені Другій світовій війні; відновлювали символи Перемоги. Захід завершився біля пам'ятника Воїну-визволителю у Трептов-парку.</p> <p><i>Відновлення СРСР:</i> висловлювання «Хірурга»: «там де «Нічні вовки», там Росія», «ми всі разом слов'яни»; «Білорусія, Україна – це Росія».</p> <p>Свої дії на міжнародній арені лідер «НВ» називає <i>«народною дипломатією»</i>.</p>
Підтримка пробігів владою РФ	<p><i>Інформаційна.</i> Широке висвітлення у медіа-просторі РФ та за кордоном. Заяви представників влади – міністр оборони РФ С. Шойгу: «Мотопробіг через Польщу потрібно робити на танках. «НВ», успіху вам!» [3]; прес-секретар Президента РФ Д. Песков: «Нам дуже шкода, ми дуже жалкуємо через таке рішення» (щодо заборони влади РФ перетинати байкерам кордон країни).</p> <p><i>Дипломатична.</i> МЗС і посольства РФ у Європі інформували про</p>

	<p>пробіг уряди країн ЄС, забезпечували безпеку учасників пробігу, брали участь у його заходах. До МЗС РП заздалегідь була направлена офіційна нота щодо мотопробігу. МЗС РФ звинуватив Польщу в зриві мотопробігу «НВ» і надіслав ноту протесту до МЗС РП.</p> <p><i>Юридична.</i> «НВ» подали до суду на прикордонну службу РП з вимогою визнати дії прикордонників незаконними, анулювати у паспортах печатки про заборону в'їзду, відновити візи і повернути витрачені грошові кошти (червень 2015 р.) [9].</p> <p>6 травня 2015 р. міський суд Берліна відмінив заборону місцевої влади на проїзд байкерів містом. Суд не знайшов доказів того, що акція може бути загрозою безпеці мешканцям міста [7]</p>
--	--

**Складено автором за: [3, 4, 7, 9].*

Виділимо такі особливості проведення мотопробігів «Нічних вовків»:

1. Пробіги «Москва – Берлін» «НВ» створили «інформаційну хвилю» у Європі. Вони заздалегідь анонсували пробіги і заходи, які будуть проведенні у містах за їх маршрутом. При цьому не деталізували технічні, дорожні особливості пробігу. «НВ» проводили свої акції у переддень 9 Травня, таким чином, що саме цього дня відбувався інформаційний вибух. Пробіги «НВ» – це тестовий режим дій В.Путіна на міжнародній арені. Тому логічно, що «НВ» хочуть зробити пробіг «Москва – Берлін» традиційним.

Журналісти, високопосадовці, представники державної влади, лідери політичних партій країн Європи у медіа-просторі активно коментували, оцінювали дії російських байкерів. Таким чином, «НВ» прагнули максимально заповнити інформаційний простір із позитивним/негативним згадуванням про себе. Останнє, однак, не було суттєво для них. Вважаємо, що члени клубу «НВ» досягли поставленої мети: вони як моторизовані туристи дістались Берліну і влаштували там «приватне свято».

2. «НВ» не вдалось проникнути на територію країн ЄС організованими мотогрупами. Робили вони це поодиночі або окремими групами через прикордонні переходи різних країн, інколи у декілька спроб. Дехто з них дістався літаками до Чехії, Словаччини. У таких випадках далі по маршруту вони пересувались на орендованих або позичених у місцевих прихильників, транспортних засобах. Тому очевидна підтримка російських спецслужб, російського байкерського лобі за кордоном.

3. Влада Російської Федерації надала всебічну підтримку пробігам «НВ». Мотопробіги постійно перебували у полі зору МЗС і закордонних представництв РФ в країнах Європи, по території і дорогам яких він проходив. Наприклад, генеральний консул РФ зустрічав байкерів у прикордонних пунктах пропуску, супроводжував їх службовим автомобілем.

Представники влади РФ миттєво реагували на події, пов'язані з мотомаршем байкерів, російські журналісти з'являлись у потрібних місцях і швидко продукували інформаційні повідомлення. Інколи з досить промовистими заголовками – «Помста Варшави» (телеканал «LifeNews»).

4. «НВ» перебільшували кількісний і якісний склад своїх акції. Наприклад, «НВ» планували, що група з 200 байкерів прибуде в Брест, і перейде кордон з РП. Але до «Брестської фортеці» приїхали лише 40 мотоциклістів, серед них безпосередньо «вовками» виявилось 15 осіб. У Білорусі основний склад «НВ» поповнився мотоциклістами з країн-членів ЄС, які вирушили з ними в одній колоні. Саме ці байкери повинні були утворити кістяк групи «НВ», яка б «прорвалася» до Європи. Отже, багато байкерів, які брали участь у пробігах, формально не належали до «вовків» і мали паспорти інших країн-членів ЄС. Вони лише підтримали цю акцію, хоч більшість з них були одягнуті у фірмові жилети байк-клубу з символікою пробігу «Дорогами війни». Таким чином, певна кількість «НВ» виявилась фейковими байкерами. Проте, це не завадило організаторам пробігу назвати його європейським.

«НВ» неодноразово зазначали, що «у церемоніях вшанування пам'яті радянських героїв брали участь понад 100 мотоциклістів – членів клубу з РФ, Словаччини, Чехії, РП і ФРН». Тобто, усіх мотоциклістів, які приєднались до «НВ» за маршрутом пересування, автоматично вважали «вовками». У різних містах колона байкерів нараховувала 10-20 осіб, а поблизу Мюнхена поліція затримала колону у складі одного мотоцикла, одного автомобіля супроводу і двох авто з дипломатами [6]. Протягом усього маршруту пробігу, керівництво «НВ» не зазначало точну кількість байкерів, які перебувають в дорозі, як вони перетинали кордон. Отже, залучення європейських байкерів «НВ» інтерпретували як солідарність з російськими у контексті пошанування Дня Перемоги.

5. «НВ» передбачили можливу реакцію на свої дії органів влади та громадськості країн, якими пролягав маршрут. Тобто, вони свідомо провокували їх громадян, засоби масової інформації, правоохоронні органи на заяви, акції на свою адресу. Принаймні, поліція цих країн щільно опікала «російських мотоциклістів».

На пробіги байкерів жорстко зреагувала влада Республіки Польщі – першої з країн Шенгенської зони на шляху мотоциклістів. Ситуацію щодо пробігу обговорювали на засіданні уряду країни – прем'єр-міністр Є. Копач назвала його «особливою провокацією». У 2015 р. лише влада РП офіційно відмовила російським байкерам у проїзді своєю територією. Формальна причина відмови у 2016 р. – «через загрозу для громадського порядку і безпеки держави». Польські прикордонники відмовили у в'їзді до країни не лише байкерам – громадянам РФ, але й байкерам – громадянам країн ЄС. На нашу думку, скандал з

«косметичкою» на польському кордоні під час пробігу 2015 р., що став об'єктом мемів, «фотожаб» в Інтернеті, був продовженням російської «окупації» європейського медійного простору.

Акції протесту влаштовані проти «НВ», організатори пробігу трактували як провокації ультранационалістичних організацій, для яких неприйнятна дружба з Росією, звинувачували їх у русофобії.

6. Мотопробіги «російських мотоциклістів» дискредитували вітчизняний і міжнародний байкерський рух, вносили розкол у відносини між різними групами мотосупільства. Байкери Санкт-Петербургу (РФ) вважають, що ці пробіги перетворились у піар-акцію мотоклубу «НВ» і його лідера. Жоден з байк-клубів Білорусі не приєднався до цих «сумнівних» акцій. У ньому брали участь лише члени місцевого відділення «НВ», які супроводжували (20-30 чол.) московських одноклубників територією Білорусі.

Проти пробігу «НВ» висловились об'єднання байкерів Польщі, Чехії, Словаччини і Австрії. Вони вважали ці акції політичними, а кількість учасників міжнародного мотопробігу – 30-40 чол. по країні, – не серйозною. Польські байкери погрожували не пустити «російських мотоциклістів» до Європи. Байкери та громадські активісти створили сторінку «Ні проїзду бандитів з Росії через Польщу!» у Facebook, влаштували несилові акції протесту вздовж маршруту мотопробігу. У Чехії протестувальники (50 осіб) організували для байкерів «коридор ганьби»: перекрили дорогу сидячим пікетом [8]. Такі зустрічі «вовків» відбулись із використанням контр-символіки: прапорами України, ЄС, США, НАТО; банерами з фотомонтажем, що зображували В. Путіна в образі Гітлера і Сталіна; гаслами: «Додому, окупанти!», «Чемодан, вокзал, Росія!» і «Свободу кримським татарам!».

Реакція на пробіг «російських мотоциклістів» була неоднозначною. Наприклад, президент польського мотоклубу «Катинський рейд», організатор щорічних мотопробігів до Катині (Смоленська область, РФ), В.Венгжин підтримав марш «НВ». Варто зазначити, що у 2015 р. він очолював виборчий штаб «правого» кандидата в президенти Польщі Г. Брауна, відомого своїми антиукраїнськими (виступав проти підтримки України в боротьбі з агресією РФ) і антисемітськими заявами. Ці польські байкери звернулись до МЗС країни з проханням забезпечити росіян візами і охороною. В. Венгжин зустрічав російських колег на прикордонному переході [2]. Коли на територію РП не пропустили «вовків», польські мотоциклісти на знак солідарності здійснили мотопробіг за росіян – проїхали Європою по маршруту «НВ», запалили свічки пам'яті, поклали вінки біля пам'ятників полеглих за звільнення Польщі радянських солдат.

Загалом, західне суспільство не дуже схвилював проїзд «російських мотоциклістів», не спостерігалось чисельних акцій протесту. Рішуче проти цих пробігів виступила преса, незначна частина місцевих 20айкарів та громадські активісти.

1. «НВ» вважають, що їх пробіги демонструють недосконалість європейської демократії і поняття толерантності. Заборони пробігів вони трактують як порушення прав людини, свободи вираження: «ми становимо загрозу для ЄС саме тим, що у нас своє світовідчуття, свої ідеї». Зазначимо етичний аспект. Хоча «НВ» стверджували, що «не намагаються щось нагадати німцям», але їх висловлювання досить неоднозначні: *«Європа так гордиться своєю демократією, але за неї заплатили ми»* (прадіди, які залишились лежати на полях Європи – Кулик С.), *«були поляки, які воювали, які дійшли з Червоною Армією до Берліну. Але також були й поляки, котрі стали поліцаями і наглядачами в єврейських гетто. Можливо, їх нащадкам сьогодні не подобається ідея нашого марш-кидка»* [1]. З точки зору 20айкарів, Європа повинна задуматись над своєю поведінкою. Своїми діями «НВ» розхитують імідж демократичних країн, вносять напругу в міжнародні відносини.

Висновки. Незважаючи на заяви 20айкарів про те, що проведення пробігів було узгоджено на рівні перших осіб країн Європи, негативне ставлення до акцій «НВ» висловили керівники цих держав, які розглядали їх як провокацію, елемент поширення російської символіки та ідеології «20айкарів мира» в Європі. Проїзд, перебування, висловлювання «НВ», направлені на підриг територіальної цілісності держав, їх історичного походження й пам'яті, супроводжувались акціями протесту громадськості і місцевих 20айкарів. Це завадило масовості пробігу, змусило «вовків» «штурмувати» Берлін окремими групами. «Російські мотоциклісти» намагались створити ідеологічний фундамент для підготовки гібридної війни РФ проти країн-сусідів, країн-членів ЄС. Свої регіональні відділення у країнах Європи «НВ» використали як лобі під час проведення міжнародних пробігів. Зважаючи на те, що відтепер мотопробіг проводитимуть щорічно, ситуація навколо нього буде зумовлювати загострення міжнародних відносин.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александр Хирург: Великая Победа – вершина русской истории [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://antimaidan.ru/article/564>. 10.04.2015 р.
2. В Польше нашлись лоббисты мотопробега пропутинских байкеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://apostrophe.com.ua/news/world/2015-04-15/v-polshe-nashlis-lobbisty-motoprobeга-propu-tinskih-baykerov/21501>.
3. Васильева М. «Ночные волки» – ручные байкеры Путина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gordonua.com/publications/nochnye-volki-ruchnye-baykery-putina-77821.html>. 27.04.2015 р.

4. Ващенко В. Байкеры недовольны Хирургом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gazeta.ru/social/2015/05/12/6683141.shtml>.
5. Гусаров В. «Волчий» демарш в канун 9 мая [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://politkuhnya.info/stati-analitika/volchii-demارش-v-kanun-9-maya.html>. 03.05.2016 р.
6. «Ночные волки» продолжили пробег по территории Германии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.svoboda.org/content/article/26992690.html>. 04.05.2015 р.
7. «Ночные волки» проехали по центру Берлина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dni.ru/society/2015/5/9/302953.html>. 09.05.2015 р.
8. Путінські «Нічні вовки» проїхались «коридором ганьби» у Празі [Електронний ресурс]. – Режим перегляду : http://24tv.ua/putinski_nichni_vovki_proyihalis_koridorom_ganbi_u_prazi_n683862. 07.05.2016 р.
9. СМИ: «Ночные волки» намерены посетить Польшу [[Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vz.ru/news/2016/3/3/797754.html>. 03.03.2016 р.

УДК 327:061.1ЄС(088.7/.77)

© Левчинська Н. М.

РОЛЬ BRAND EU CENTRE У БРЕНДИНГУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

В умовах глобалізації позиціонування чи то товару, послуги, фірми, чи то міста, країни, міжнародної організації відіграє не абияке значення у питанні просування та формування позитивної репутації. Нині потужний бренд є важливим критерієм у визначенні місця компанії, організації, країни на міжнародній арені. Те, як сприймається будь-який із вище названих суб'єктів може зіграти вирішальну роль в успіху їх діяльності, у встановленні співпраці з партнерами, іншими країнами, організаціями.

Поняття «бренд» і «брендинг» відносно нещодавно активно почали використовуватися в науці. За визначенням Американської маркетингової асоціації, бренд – це ім'я, термін, знак, символ (їх комбінація), які ідентифікують товар чи послугу та відрізняють від інших [2]. Д. Аккер в свою чергу, пояснює бренд як «багатовимірний асортимент функціональних, емоційних, зв'язкових, стратегічних елементів, які разом генерують унікальний набір асоціацій у сприйнятті громадськістю» [3]. Бренд країни за визначенням Н. Колесницької - це «сукупність характеристик (назва, термін, знак, символ, малюнок, слоган), які об'єднують уявлення самої країни про себе, містять ексклюзивні та позитивні характеристики країни та виділяють її серед інших держав світу» [1, с.48]. Поняття брендингу територій на її думку слід пояснювати як «цілеспрямований процес формування, презентації і просування певної території на світовому ринку як його конкурентоздатної і ліквідної одиниці» [1, с.49]. У

питанні брендингу територій варто звернути увагу на те, як трактує це поняття авторитетний науковець С. Ангольт. На його думку брендинг територій треба визначати як «відбиття т.зв. "сутності місця"; систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності» [4].

Процес формування позитивного іміджу ЄС тривалий та складний. На сучасному етапі Європейський Союз має дуже добре відомий прапор з 12 жовті зірки в колі символізують ідеали єдності, солідарності та гармонії між народами Європи, має свій європейський гімн - дев'яту симфонію Бетховена. Він має свій девіз: "Єдність у різноманітті", який покликаний показати, що європейці зібралися разом, щоб працювати на благо миру і процвітання, при цьому підтримуючи збереження різних культур, традицій і мов. Європейська ідентичність у відмова від війни, боротьбі з бідністю і безробіттям, захисті навколишнього середовища, багатстві і різноманітності європейської культури. Вважається, що образ бренду походить від людей.

Європейський союз спрямовує свої сили на інформування міжнародної спільноти, зокрема неєвропейських держав про його цінності. ЄС намагається представити себе в якості посередника демократичних перетворень, захисника прав людини, донора гуманітарної допомоги, активного ініціатора благодійних акцій. ЄС довгий час є успішним у своїй публічній дипломатії, так як об'єднання досі залишається привабливим для неєвропейських країн.

Варто наголосити, що окрім того, існує багато скептицизму щодо публічної дипломатії Європейського Союзу. Негаразди в структурі Європейського Союзу, його рішеннях, і політиці в цілому негативно впливають на бренд ЄС, послаблюють бажання вступити до організації, а з позиції європейських громадян робить актуальним питання виходу з організації. Однією з головних проблем для публічної дипломатії ЄС є відсутність вертикальної узгодженості в рамках ЄС. Крім того, його внутрішня структура і процес комунікації і спільної згоди між його державами-членами уповільнює реакцію ЄС на зарубіжні аудиторії. Часто держави-члени виносять рішення у відповідності до інтересів держави. Сповільненість у відповідях, розбіжність у повідомленнях під час кризи у 2011 р. призвело до розмивання бренду ЄС. Лише швидка реакція на зміни дозволяє підтримувати чіткий і потужний імідж. Сьогодні, з позиції підтримки бренду, важливим є високий рівень уваги до країн, що розвиваються і їх зростаючих економік.

На сучасному етапі для бренду ЄС характерними є як сильні, так і слабкі сторони. Очевидно, що ЄС виступає як важливий економічний гравець на міжнародній арені. Так само, ЄС є гарантом геополітичної стабільності на території об'єднання, гарантом прав та європейських цінностей для громадян. Проте варто згадати, що для Союзу властивими є

високий ступінь бюрократизації, розбіжність поглядів країн-членів по різного роду політичних проблем.

Питання бренду, представлення організації на міжнародній арені достатньо хитка та динамічна категорія. Тому, аби підтримувати успішне функціонування організації у світовій спільноті залучається чимало фінансових та людських ресурсів. Що важливо, це здійснюється у різні способи. Цікавим фактом у вивченні брендингу ЄС є поява нової організації, діяльність якої спрямована саме на роботу у цьому напрямі - Brand EU Centre. Brand EU – інформаційно-аналітичний і комунікаційний центр, який було сформовано за підтримки центру Gold Mercury International, аби покращити брендинг ЄС. Brand EU було засновано у 2014 р. у Лондоні [5].

Очільниками стали Ніколя Де Сантіс, президент Gold Mercury International і засновник Центру Brand EU, Енріке Барон Креспо, колишній президент Європарламенту та Тодд Рупперт, засновник і генеральний директор Ruppert International. колишній президент і головний виконавчий директор компанії T. Rowe Price Global Investment Services.

Центр фінансується в приватному порядку і виступає незалежною організацією, оскільки не пов'язаний з будь-якими установами ЄС або державними органами, а також не співпрацює з будь-якими політичними партіями.

Основною метою Центру є покращення розуміння і зв'язку громадян з Європейським Союзом. Засновники стверджують, що національні уряди держав-членів, і сам Брюссель в значній мірі були неефективними при створенні сильної ідентичності бренду ЄС серед своїх громадян, так і не зробили належного по просуванню роботи ЄС.

Місія Центру – представити країнам Європейський Союз і його ідентичність як «бренд», який повинен бути на ринку і чітко розумітися її споживачами, а у нашому випадку це власне європейські громадяни. Представники Brand EU Centre переконані, що в той час, протягом останніх 50 років, в Європі відбувалось зближення за допомогою більш тісної інтеграції, більшість змін були зроблені на політичному рівні, а громадяни постраждали від не належного об'єднання та ідентифікації в межах проекту.

Основна ідея полягає в тому, що колективна ідентичність громадян в межах ЄС, а також цінностей, які європейці дотримуються і прагнуть, являють собою потужний бренд, який є надзвичайно значущим і цінним. Це відноситься, у першу чергу, до таких цінностей, як мир, демократія, верховенство закону, рівність і свобода серед інших. Прихильники Brand EU Centre стверджують, що, в той час як цей бренд є достатньо потужним, він все ж реалізується європейськими інституціями не ефективно, у результаті чого з'явився євроскептицизм.

Крім того, серед методів, що використовують у Brand EU Centre важливими є публікації, кампанії і заходи для вирішення «невдач» Європейського Союзу, а саме його організаційної складності, що призводить до відсутності у громадян розуміння про його діяльність і демократичної легітимності.

Центром було представлено бачення бреду ЄС - мирна, єдина спільнота, що процвітає на засадах демократичного і плюралістичного вільного суспільства. Як стверджують представники Brand EU бачення бренду найкраще може бути виражено через 4 основних завдання і цінності:

1. Громадянство і ідентичність.

Громадяни ЄС – основа побудови бренду ЄС в світі. Подвійне громадянство є цінним активом в глобалізованому світі. Громадяни ЄС знаходяться в центрі проекту, щоб побудувати сильну ідентичність ЄС поряд з їх національною ідентичністю. Будь-яка особа, яка має громадянство країни ЄС, автоматично також є громадянином ЄС з життєво важливими правами і переваг в світовому співтоваристві.

2. Світова співпраця.

Об'єднана Європа для єдиного світу. Країни ЄС поділяють спільні цінності та універсальні ідеали свободи. Brand EU поділяє владу в взаємопов'язаному світі для підтримки безпеки і досягнення спільного бачення. Економічна, політична, культурна співпраця з іншими країнами для глобального світу, аби вирішити найбільші світові проблеми.

3. Глобальна стабільність.

Прогнозування та підготовка до майбутнього. Не тільки економічна, соціальна та екологічної стійкість, а й створення вільного і плюралістичного суспільства, в якому всі глобальні громадяни, де права людини є пріоритетними.

4. Постійні інновації для прогресу.

Революційні перетворення у застарілому мисленні, моделях і політиці. Інновації з метою генерування реального прогресу в світі і розширення прав і можливостей в Європі для громадян.

Серед напрямів діяльності, на яких акцентується робота Brand EU Center:

- моніторинг сприйняття і комунікації бренду ЄС в Європі і в усьому світі;
- розвиток наукових досліджень і публікацій за ключовими темами і питаннями ЄС;
- стратегічне бачення, сценарії майбутнього, стратегії бренду і політичні заяви;
- визначення ключових знакових тем ЄС;
- створення, проектування і управління кампаній на території ЄС;
- створення чітких, простих повідомлень про ЄС;

- реакція на міфи євроскептиків, створені про ЄС;
- розвиток маркетингу партнерських альянсів;
- створення суттєвої присутності для засобів масової інформації;
- позиціонування ЄС в світових рейтингах різних областей і галузей [6].

Таким чином, головна мета Центру це не швидка зміна логотипу ЄС або представлення нової рекламної кампанії, яка б сподобалась усім. В якості стратегічного мозкового центру відбувається пошук фундаментальних змін в парадигмі ЄС. Створення та зміцнення іміджу ЄС вимагає набагато більше, ніж брендинг навичок. Щоб створити нове бачення і ребрендинг ЄС, роль Brand EU полягає в сприянні розвитку майбутніх сценаріїв Європи і довгострокового стратегічного бачення, що дозволяє залучати зацікавлених сторін на різних рівнях, а також прояснити аспекти в роботі ЄС для всіх.

Підсумовуючи, варто наголосити, що питання брендингу ЄС достатньо складне, передбачає тривалого та ґрунтовного вивчення. Поява таких організацій як Brand EU Center ні що інше, як відповідь на виклики часу та проблеми, що є у функціонуванні ЄС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колесницька, Н. Територіальний брендинг: науково-методологічні підходи до визначення та формування / Н.М. Колесницька // Наукові праці. Політологія. – Львів, 2012. – Випуск 185. Том 197. – С. 47-50.
2. Словник Американської маркетингової асоціації [Електронний ресурс] American marketing association. – Режим доступу: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=B>.
3. Akker D. Creation of an Umbrella Nation Branding Strategy [Електронний ресурс] / Daniëlle van den Akker // Doctoral Dissertations. – Twente. – 2011. – Режим доступу: http://essay.utwente.nl/61495/1/MSc_D_van_den_Akker.pdf.
4. Anholt, Simon. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions // Palgrave Macmillan. – 2006. – 160 p.
5. Brand EU is the independent brand marketing champion of the EU // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.brandeu.eu/>
6. Brand EU Marketing and Monitoring // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.brandeu.eu/projects/brand-eu-marketing/>

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА: «УКРАЇНА ТА РОСІЯ»

Кінець ХХ століття ознаменувався не лише розвитком інформаційних технологій, а й появою нової зброї. Мова йде про так званому інформаційному зброю. Інформаційні війни велися і задовго до двадцятого століття. Проте в далекому минулому люди вміли впливати один на одного тільки в процесі безпосереднього спілкування, надаючи вплив на своїх співрозмовників за допомогою слів, інтонації, жестів, міміки. Сьогодні способи впливу на людську свідомість стали набагато різноманітнішими, дієвими і витонченими, а також за рахунок створення спеціальних технологій спілкування, взаємодії та управління людьми – більш небезпечними. Тому інформаційна війна - спосіб використання інформації для впливу на свідомість людей, щоб змусити їх дотримуватися певної позиції. Тільки 15 % інформації сприймається свідомо, а інше — підсвідомо. Картинка, яку поширює телебачення, легше і глибше проникає в нас. Це набагато більше, ніж слова. Потенціал такого впливу запускає в нас емоції, які не залишають місця для раціонального мислення. При використанні чудової комбінації слів та образів і за постійного повторювання одного й того ж, ця інформація, а точніше, дезінформація, стає реальністю, з якою надзвичайно важко боротися.

Метою роботи є вивчення природи і технології інформаційної влади Росії над людьми, та сформулювати тактику ведення контратаки України.

Інформаційний простір постійно розвивається, питання дискурсу змінюються та трансформуються. Цьому значно сприяє журналістика, яка зобов'язана оперативно реагувати та аналізувати актуальні факти й події суспільства. Саме вона, так би мовити, задає тонус у підтримці уваги аудиторії до певної проблеми, є віддзеркаленням суспільно-політичного ладу. Пітер Ламборн Вілсон говорив: «Будь-яка інформація, навіть правдива, є потенційна дезінформація». Як не болісно це визнавати, але інформація в сучасному світі дійсно перетворюється на пусту балаканину. І винних у цьому можна шукати довго, але спробуємо проаналізувати сучасну, болісну проблему журналістики – інформаційна війна: Україна-Росія [1, с. 5].

У попередні роки російські ЗМІ часто розповідали про звірства нацистів, формуючи в суспільстві стійкі стереотипи. А сьогодні, показуючи окремі кадри про українських солдат, російські телевізійні фокусники домальовують знаки СС та хрести на їхні каски та техніку, формуючи ланцюг негативної реакції. Так працюють медійні технологи, які ведуть проти України інформаційну війну. Дійшло до штучного створення новин про Україну за допомогою імітації та акторів. Інформаційна війна та війна реальна поєднані, і не відомо, яка частина відіграє головну роль.

Дедалі більше російських ресурсів інвестують у державні й контрольовані ЗМІ. Росія збільшила фінансування міжнародно-трансльованих телеканалів, RT і “Росія сьогодні”. 2016 року RT, який поширює інформацію англійською, іспанською та арабською мовами, отримує 19 млрд рублів (307 млн доларів США). Росія виділила 80,2 млрд рублів для державних ЗМІ, що на 30 % більше порівняно з минулим роком.

Починаючи гібридну війну, Росія застала українські Збройні Сили зненацька, що деморалізувало українське населення. Але росіяни не можуть забезпечити повну перемогу, тому що тільки частина людей піддалася на брехню Путіна. Тому Путін хоче вплинути на тих, хто не на його боці, звідси застосування інформаційної війни і проросійської пропаганди в Україні [3, с. 13].

Сьогодні в процесі вивчення соціологічних досліджень, які показують динаміку відносин росіян до українців та українців до росіян, можна побачити очевидний дисбаланс. Якщо узагальнити різні подібні дослідження, можна побачити таку картину: близько 90% населення Східної України і близько 60% населення Західної України добре ставляться до росіян і це ставлення фактично незмінно протягом багатьох років; більше 50% росіян погано ставляться до українців, і це ставлення постійно погіршується.

Значна частина соціопитувань підтверджують дуже високий рівень миролюбності українців і агресивності росіян. Провокації в Криму є прямим продовженням інформаційної війни Росії проти України – це «війна нервів», що переслідує мету спровокувати Україну на жорстку відповідь, щоб потім Росія розв'язала повноцінну війну.

Україна має вжити заходів, щоб протидіяти російській тактиці ведення війни. Україна вдається до оборонних методів. Настав час наступати. Олександр Довженко писав: “Не пролив ти крові ворога в грізну лиху годину — проллеш батькову і братову проллеш!”

Варто звернути увагу на кілька позицій:

1) Звернення до оборони веде до поразки. Варто викривати проблеми, які є в Росії: мовні, соціальні, етнічні та економічні негаразди. Ми повинні інформувати громадськість про те, що насправді там відбувається. Також війна повинна вестися і на території супротивника.

2) Ухвалення рішень у РФ швидше, ніж в Україні. Час внести корективи в систему ухвалення рішень. Оперативність і терміновість комунікації надважлива, адже важливо, хто реагує перший.

3) Важливою є заборона пропагандистських каналів, які поширюють ненависть. Медіа-власників необхідно спонукати до дотримання громадянської позиції.

4) Важливим є питання іномовлення на російськомовний інформаційний простір. Частково цю функцію здійснюють українські канали. Важливо транслювати

загальноукраїнські телеканали на Східну Європу та колишні радянські республіки. Там сприймають і досить пристойно розуміють українську мову [2, с. 45].

Інформаційні війни задля здобуття політичної влади, фарс, ошуканство, інформаційна недбалість у медіа – все це нинішня дійсність, яка накладається не лише на Україну, а й на цілий світ. Долати цей стан – робота журналістів, українського суспільства, бо інформація в демократичній країні є спільною справою і власністю. Хто отримає перемогу у цій війні? Це «великий» знак питання. Перемога в медійному просторі прямо дорівнює втіленню права нашої держави бути такою, як хочуть самі українці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журавльов А. Володимирович Інтернет-спільноти у новій хвилі інформаційних війн / А. Журавльов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// www.vidkryti-ochi.org.ua](http://www.vidkryti-ochi.org.ua).
2. «Інтернет становить загрозу для інформаційної безпеки України» // Телекритика (Звіт за підсумками круглого столу «Інформаційна безпека України. Медійний аспект», 30 вересня 2008 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : media-suspilstvo/bezpeka/print/41481.
3. Лаврик А. Балакучий «Спецназ» / А. Лаврик , Б. Буткевич // Тиждень. – 22 вересня 2008 р.

УДК 327(477):004.738.5:659.4

© Терещук В. І.

ВІРТУАЛЬНА ДИПЛОМАТІЯ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сьогодні дипломатія в умовах глобалізованого світу переживає чи не найреволюційнішу трансформацію. Глобальні ЗМК, з одного боку, зробили зовнішньополітичну діяльність держави більш прозорою, а з іншого — забезпечили технологічну можливість прямої взаємодії з іноземними аудиторіями. Крім того, дедалі більшої ваги набуває вплив громадської думки на те, що держава робить на міжнародній арені. Система прийняття політичних рішень, пройшовши шлях від моделі повної концентрації в руках можновладців та утаємниченості від всіх інших, через модель «Громадськість повинна знати все», в рамках якої уряд країни повинен був тим чи іншим чином звітуватись про свою діяльність, до моделі, згідно з якою громадська думка формувалась заздалегідь, ще до того як будуть зроблені певні кроки. А глобалізація комунікацій унагальнила потребу роботи не лише зі «своєю», внутрішньою громадськістю, але й з міжнародною аудиторією. На сьогоднішній день прихильне ставлення зарубіжної громадськості є одним із ключових факторів, які безпосередньо впливають на успішність зовнішньополітичних акцій держави.

Особливу роль у процесах трансформації дипломатичної практики відіграє Інтернет. Нагальність проблеми впливу інтернет-технологій на дипломатичну практику вже досить давно стала предметом аналізу науковців. Саме явище одержало різні назви — «віртуальна дипломатія» (англ. *virtual diplomacy*, його ми будемо використовувати надалі), «мережева дипломатія» (англ. *network diplomacy* або *netdiplomacy*), «електронна дипломатія» (англ. *electronic diplomacy* або *e-diplomacy*), «кібердипломатія» (англ. *cyber diplomacy*), «цифрова дипломатія» (англ. *digital diplomacy*), «дипломатія 2.0» (і навіть 3.0) тощо.

У найширшому розумінні термін «віртуальна дипломатія» означає зміни у дипломатичній практиці, пов'язані з появою глобального мережевого світу. У вузькому розумінні, цей термін включає в себе прийняття рішень, координацію, комунікацію та практику міжнародних відносин, що здійснюються за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [1, с.479].

Одним із напрямів використання Інтернету як транскордонного ЗМК у дипломатичній практиці стало створення т.зв. «віртуальних» дипломатичних представництв — спеціальних веб-сайтів, на які покладаються насамперед функції інформування та встановлення контактів з цільовою аудиторією певної країни чи регіону, в яких недоцільно або неможливо створити реальні дипломатичні представництва.

Наступним ефективним напрямом використання Інтернету у дипломатичній практиці є використання відомими політиками, дипломатами соціальних медій для прямого донесення до аудиторії своїх думок, своєї позиції з тих чи інших питань. Найбільш популярним інструментом для такого роду комунікацій з аудиторією став сервіс мікроблогінгу Twitter. Популярність цього сервісу породила специфічне поняття — Twitter-дипломатія, або «твіпломатія» (англ. *Twiplomacy*).

Іншим аспектом, як соціальні медії впливають на зовнішньополітичну діяльність, є безпрецедентні можливості для зворотного зв'язку. Через коментарі до опублікованих на веб-сайтах диппредставництв, зовнішньополітичних відомств матеріалів, до постів на сторінках цих установ у соціальних мережах тощо, а також через власні веб-сайти, блоги і т.д. всі бажаючі можуть висловлювати свої думки, позиції, погляди. Ця інформація може бути неоціненним джерелом інформації щодо ставлення громадськості (як своєї, так і зарубіжної) до акцій держави закордоном, до представників держави (високопосадовців, дипломатів) тощо.

Переходячи до аналізу української практики віртуальної дипломатії, в першу чергу необхідно відзначити веб-сайт Міністерства закордонних справ України (www.mfa.gov.ua). На сьогоднішній день це досить великий інформаційний портал, на якому, крім матеріалів, пов'язаних безпосередньо з діяльністю міністерства, представлений широкий спектр

матеріалів що висвітлюють зовнішньополітичну діяльність держави. В останні роки відбулися істотні зміни в дизайні сайту МЗС, завдяки яким сайт став виглядати більш сучасно і привабливо, а інформація стала зручніше структурованою.

В цілому, у структурі веб-порталу українського МЗС можна виокремити такі розділи: «Про Україну»: розділ містить загальні відомості про Україну, її зовнішньополітичну діяльність, дипломатичні представництва іноземних держав в Україні, проблеми двостороннього співробітництва тощо; «Про МЗС»: розділ містить відомості про діяльність зовнішньополітичного відомства України, його історію та чинного керівника, дипломатичні представництва за кордоном тощо; «Консульські питання»: розділ містить інформацію про діяльність департаменту консульської служби, консульський захист громадян, імміграційні питання тощо; «Прес-центр»: розділ містить інформацію, орієнтовану на мас-медіа; «Публічна інформація»: розділ орієнтований на виконання українського законодавства про доступ до публічної інформації і містить відомості про використання МЗС України бюджетних коштів, повідомлення про тендери і т.п. інформацію (в англomовній версії сайту цей розділ присутній, але порожній); «Міністр» (по суті, розділ є виділеним підрозділом розділу «Про МЗС»): містить відомості про главу зовнішньополітичного відомства, включаючи його біографію, тексти інтерв'ю, статей і виступів.

Портал має дві мовні версії — українську та англійську.

Слід зазначити дедалі активніше використання МЗС України соціальних медіа, а саме: соціальна мережа «Facebook», сервіс мікроблогінгу «Twitter», соціальна мережа «ВКонтакте», сервіс відеохостингу «YouTube», соціальна мережа «Google+», сервіс для створення веб-сайтів та блогів «WordPress», платформа для соціальної журналістики «Medium», сервіс для створення блогів «Blogger», сервіс інтеграції контенту з різних соціальних медіа «Storify», сервіс фотохостингу «Instagram», сервіс відеохостингу «Vine».

Веб-сайти вітчизняних дипломатичних представництв за кордоном (посольств, консульств, представництв при міжнародних організаціях) почали створюватися ще в 1990-х роках. Як правило, вони створювалися зусиллями самих дипломатичних представництв, мали різний дизайн і різні моделі інформаційного наповнення. Починаючи з 2007 року розпочався процес створення нових веб-сайтів українських посольств на веб-порталі Міністерства закордонних справ України. У 2013 році були істотно змінені як дизайн цих сайтів, так і модель представлення інформації.

Нині на всіх сайтах дипломатичних представництв реалізовано єдину модель представлення інформації, в якій можна виділити такі розділи: «Про Україну» — розділ містить загальні відомості про Україну, її зовнішньополітичну діяльність, дипломатичні представництва іноземних держав в Україні тощо (цей розділ фактично дублює відповідний

розділ МЗС); «Посольство» — розділ містить відомості про діяльність дипломатичного представництва, його історію та чинного очільника, контактну інформацію (для інших типів диппредставництв назви розділу мають вигляд відповідно «Консульство» та «Про представництво»); «Україна та країна» (присутній лише на веб-сайтах посольств) — розділ присвячений висвітленню відносин між Україною та країною перебування посольства, особливостям життя української діаспори в цій країні; «Україна та організація» (присутній лише на веб-сайтах постійних представництв при міжнародних інституціях) — розділ присвячений висвітленню співпраці між Україною та даною міжнародною інституцією; «Консульські питання» (присутній лише на веб-сайтах посольств та консульств) — розділ містить інформацію стосовно консульського захисту громадян, імміграційних питань тощо; «Прес-центр» — розділ містить інформацію, орієнтовану на мас-меді; «Посол» (або «Генеральний консул», або «Представник») — містить відомості про очільника диппредставництва. Більшість веб-сайтів дипломатичних представництв України мають 2 мовні версії: українську версію та версію мовою країни перебування.

Необхідно зазначити, що інформаційне наповнення цих сайтів здійснюється з використанням матеріалів із самого порталу Міністерства закордонних справ, що, по-перше, забезпечує єдиний підхід у подачі матеріалів, та, по-друге, уможливлює швидке оновлення та зміну цих матеріалів. Також реалізована модель наповнення новинних розділів на цих сайтах з використанням матеріалів МЗС України, що забезпечує оновлення новин не рідше як декілька разів на тиждень. В окремих випадках модель представлення інформації на конкретному веб-сайті може дещо відрізнятись від наведеної (деякі підрозділи можуть бути відсутні або дещо по-іншому структуровані).

Що стосується використання соціальних медіа, то якщо ще кілька років тому лише поодинокі диппредставництва використовували цей канал комунікації, то починаючи з 2014 року практично для всіх дипломатичних місій були створені сторінки в соціальній мережі «Facebook» і сервісі мікроблогінгу «Twitter».

Варто відзначити, що на порталі МЗС і на сайтах дипломатичних представництв України розміщені банери, що ведуть на спеціально створені веб-портали, які також виконують іміджеву функцію. Зокрема, це створений за ініціативи Українського кризового медіа-центру та за підтримки Адміністрації Президента України портал «Ukraine Under Attack» (ukraineunderattack.org) і новинний портал «Dokaz» (dokaz.org.ua). Обидва ресурсу присвячені висвітленню війни в Україні, мають по дві діючі мовні версії (українська та англійська), і активно використовують можливості соціальних медіа. Також на всіх сайтах присутній банер що веде на створений у 2014 році Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України сайт (www.vpo.gov.ua),

орієнтований на надання інформації для внутрішньо переміщених громадян (насамперед тих хто виїхав із зони проведення АТО).

Водночас доводиться констатувати, що через портал МЗС та мережу сайтів українських дипломатичних місій просуваються лише урядові інформаційні ресурси, і ігноруються інші проекти, які також працюють на покращення іміджу України в умовах російської агресії. Зокрема, досить популярним (судячи по кількості підписників та уподобань у соціальних мережах) є веб-сайт «Stopfake» (*stopfake.org*), запущений 2 березня 2014 року з ініціативи викладачів, випускників та студентів Могилянської школи журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism. Його призначенням є перевірка і спростування перекрученої інформації і пропаганди про що відбувається в Україні, яка поширюється у ЗМІ (насамперед російських).

Для України в контексті конфлікту із Росією, актуалізувався ще один вектор віртуальної дипломатії, а саме використання веб-сайтів українських дипломатичних представництв для забезпечення підтримки громадян України що перебувають на території Російської Федерації. В цій ситуації, незалежно від формату подальшого розвитку дипломатичних стосунків між обома країнами, український дипломатичній службі потрібно максимально задіювати Інтернет як канал комунікації з українськими громадянами, що перебувають на території Росії. Як показав проведений автором аналіз веб-сайтів всіх чотирьох Генеральних консульств України у Російській Федерації (в Єкатеринбурзі, в Новосибірську, в Ростові-на-Дону та в Санкт-Петербурзі), всі вони містять широкий спектр корисної інформації щодо особливостей перебування українських громадян в Росії. На всіх сайтах реалізовано єдину модель представлення інформації, що є результатом імплементації описаного вище єдиного підходу до інформаційного наповнення сайтів дипломатичних представництв України. Окрім відомостей, безпосередньо пов'язаних із консульськими питаннями, присутні банери, що ведуть на описані вище спеціальні веб-сайти. До недоліків можна віднести відсутність можливості онлайнного запису на прийом у консульство (подібний сервіс реалізований, приміром, на веб-сайтах консульств США).

Таким чином, можна зробити такі висновки щодо ефективності практики віртуальної дипломатії України. По-перше, в Україні створена повноцінна мережа веб-сайтів, що представляють у „всесвітньому павутинні” українську дипломатію: портал зовнішньополітичного відомства країни, веб-сайти дипломатичних представництв, спеціальні веб-портали. По-друге, активно почали використовуватися різного роду соціальні медії (соціальні мережі, сервіси мікроблогінгу, фото- та відеохостингу), причому як самим МЗС України, так і дипломатичними місіями. Водночас необхідно зауважити, що частина сторінок МЗС у соціальних медіях фактично не підтримуються, що дозволяє говорити по

необхідність зменшення кількості використовуваних мереж. Крім того, не мають своїх сторінок в соціальних медіях частина консульств України, зокрема, у таких країнах, як США та Росія. По-третє, позитивним явищем є створення та просування через портал МЗС та веб-сайти дипломатичних місій спеціальних тематичних веб-порталів. Але негативною практикою в цьому контексті виглядає ігнорування неурядових ініціатив у цій сфері. По-четверте, веб-сайти українських консульських установ орієнтовані головним чином на громадян України, що перебувають за кордоном, і дуже славо орієнтовані на інші цільові аудиторії.

Вищесказане дає підстави стверджувати, що практика віртуальної дипломатії в Україні перебуває у періоді становлення. Викликане російською агресією усвідомлення потреби активної роботи у світовому інформаційному просторі дало потужний імпульс у використанні українською дипломатичною службою Інтернету як комунікативного каналу. Та водночас ще залишається великий обсяг невикористаних можливостей, реалізація яких зможе значно підвищити ефективність української віртуальної дипломатії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

2. The Public Diplomacy Reader / ed. by J. Michael Waller. – Washington DC : The Institute of World Politics Press, 2007. – 515 p.

УДК 811.161.2

© Шульська Н. М.

СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ МОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ МІСЦЕВОГО РІВНЯ

Успішний професійний портрет кожного працівника будь-якої сфери формують не лише базові кваліфікаційні знання, а також мовна освіченість фахівця як свідомого виконавця своїх національних обов'язків. Адже «досконале знання державної мови, постійна турбота про піднесення її престижу й функціонування в усіх сферах суспільного життя – одна із складових комплексу особистісних якостей і рис характеру свідомого громадянина» [3]. Відповідно до засад Конституції України, українська мова обов'язкова для спілкування у тих галузях, що «охоплюють насамперед сфери здійснення повноважень органами законодавчої, виконавчої і судової влади, іншими державними органами та органами місцевого самоврядування (мова роботи, актів, діловодства і документації, мова взаємовідносин цих органів тощо)» [7, с. 23].

У час потужної інформатизації суспільства, орієнтації управлінських процесів в нашій державі на кращі європейські взірці, підвищення статусу рідної мови у світі особливо важливим компонентом професійного успіху працівника державних органів влади є достатня

мовна підготовка. Попри відчутну сучасну тенденцію до оволодіння іноземними мовами, справжній фахівець, безсумнівно, насамперед повинен на високому рівні знати свою рідну мову. Цього вимагає щоденне виконання безпосередніх обов'язків держслужбовця, адже він щодня випуває мовцем у різних комунікативних аспектах.

Будь-яка управлінська діяльність вимагає від себе великої мовної ерудиції. У процесі складання проектів постанов, договорів, угод, під час ведення ділового епістолярію, комунікування з громадянами різного рівня працівник певної державної установи залучає свої базові знання рідної мови. Аби на належному рівні виконувати покладені професійні обов'язки і не допустити при цьому мовних анормативів у письмових документах та усному спілкуванні, працівнику державної служби необхідні належні лінгвістичні знання з фонетики, орфографії, лексики, стилістики, термінології, синтаксису тощо.

Недотримання мовних норм в управлінській практиці може стати причиною серйозних порушень у документації, викликати негативну реакцію у співрозмовника, а все це з часом призведе до кар'єрних проблем працівників. У зв'язку з цим сьогодні актуальною постає проблема визначення реальних способів підвищення мовної компетенції державних працівників як на рівні місцевих, так і всеукраїнських органів влади. Звичайно, варто починати з того, що найближче, – мовної культури державних фахівців місцевого значення.

Мета представленої розвідки – запропонувати дієві способи підвищення мовної компетенції працівників державних органів влади місцевого рівня. Матеріалом дослідження слугували теоретичні напрацювання у царині професійної, зокрема мовної і мовленнєвої компетенції державних фахівців, законодавство України, а також власні філологічні спостереження над мовною культурою державних службовців Волині.

Якщо на сьогодні питання комунікативної (мовленнєвої) компетенції і культури працівників державних органів влади (див. дослідження Л. М. Артюшкіної [1], Л. І. Козієвської [5], С.Хаджирадєвої [11]) та ділова українська мова державного управління [4; 9; 12] вивчені вже на достатньому рівні, то рідномовна підготовка таких працівників ще потребує детального осмислення. Під терміном «мовна компетентність» розуміють «засвоєння, усвідомлення мовних норм, що склалися історично в фонетиці, лексиці, граматиці, орфоєпії, семантиці, стилістиці та адекватне їх застосування в будь-якій людській діяльності в процесі використання певної мови. Мовна компетенція – це інтегративне явище, що охоплює цілу низку спеціальних здібностей, знань, умінь, навичок, стратегій і тактик мовної поведінки, установок для успішного здійснення мовленнєвої діяльності в конкретних умовах спілкування. Цей вид компетенції властивий високоосвіченій, культурній людині, сформованій особистості» [1].

Слушно зауважує Л. В. Дорошенко про те, що «ідеї підвищення мовної культури мають бути основними в діяльності держслужбовців [3]. Сучасний фахівець повинен бути обізнаним не лише з особливостями ділової української мови, але він водночас має підвищувати свою мовну культуру як свідомий громадянин держави. Адже рівень писемного й усного мовлення як невіддільна складова управлінських процесів є сьогодні обличчям професійної грамотності кожного окремого працівника та державної організації в цілому.

О. Л. Приходько, вивчаючи мовну культуру державних службовців у науково-теоретичному аспекті, уважає, що підвищення лінгвокультури працівників державних органів влади допоможе сформувати кращі навички у сфері ділового мовлення державних службовців. На думку дослідниці, зробити це допоможе реалізація таких завдань:

- надавати державним службовцям знання з мовної культури;
- сформувати мотивацію та основні вміння щодо підвищення мовної культури;
- сприяти становленню активної позиції щодо реалізації навичок мовної культури в професійній діяльності;
- створити державним службовцям умови для постійного підвищення мовної культури [10].

Серед найбільш дієвих *способів підвищення мовної кваліфікації*, а отже, і професійної компетенції працівників державних органів влади, на нашу думку, є такі:

на вседержавному рівні:

- консолідована політика країни на законодавчому рівні, що дозволила б не надавати державному службовцю керівного чи іншого статусу права займати відповідну посаду без достатнього рівня володіння рідною мовою. У випадку фіксації порушень на мовному чи мовленнєвому рівнях змусити працівника, а відповідно й усю організацію, в юридичному чи адміністративному порядку відповідати за допущені помилки. Це унеможливить появу подібних професійних неточностей із боку колег;

- відзначати й заохочувати тих працівників державної сфери, які володіють хорошими філологічними навичками, ставити їх як взірець іншим;

- забезпечити управлінські установи органів державної влади відповідною українською філологічною літературою (орфографічними словниками, довідниками з культури української мови тощо).

на місцевому рівні:

- за участю провідних викладачів-філологів та журналістів здійснювати постійний відкритий моніторинг мовних помилок, зафіксованих у документації державних органів влади, і на основі цього укласти методичні рекомендації щодо покращення мовної ситуації в діловій комунікації держслужбовців;

- організовувати для працівників державних служб навчальні заняття, тренінги, семінари, круглі столи, дискусійні майданчики, майстер-класи з підвищення культури володіння рідною мовою, уникнення суржикомовного спілкування у щоденній комунікації.

О. Л. Приходько переконана, що «процес упровадження системи знань про мовну культуру в навчанні державних службовців може здійснюватись у трьох формах: а) як навчальний предмет; б) як позанавчальна форма діяльності в межах навчального закладу; в) як організація самостійної діяльності. Під час проведення лекцій з мовної культури важливо застосовувати інтерактивну модель навчання, що значно прискорить засвоєння знань і сприятиме підвищенню мовної культури держслужбовців [10];

- з метою підвищення професійного статусу працівників проводити курси підвищення мовної кваліфікації з виданням відповідних сертифікатів;

- розробити й організувати загальну систему тестування працівників органів місцевого самоврядування керівних та виконавських функцій щодо перевірки мовних знань державних службовців з фонетики, лексики, правопису, стилістики, синтаксису, культури мови, морфології тощо. Основою для цього можуть бути методичні аспекти створення системи тестування володіння мовою та зразки тестових завдань для перевірки рівня мовної компетентності державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування, представлені у навчально-методичному посібнику «Мовна компетентність державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування» (Київ, 2009) [8];

- проводити щорічні наукові конференції й семінари щодо вивчення питання мовної компетентності державних службовців місцевого рівня, обмін спільним досвідом, приходити до спільних рішень щодо порушеної проблеми.

Отже, проблема рівня володіння мовною грамотністю працівників органів державної влади на місцевому рівні, яка сьогодні поставлена особливо гостро, може бути вирішена через розроблення ефективної методики підвищення мовної компетентності у професійно-діловій сфері, визначення й реалізацію найбільш дієвих способів навчання рідномовної культури фахівців керівних та виконавських функцій і, безсумнівно, консолідованої політики держави на законодавчому рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артющкіна Л. М. Мовленнева компетентність як складова комунікативного процесу державних службовців [Електронний ресурс] / Л. М. Артющкіна, О. М. Рудь. – Режим доступу : http://soippo.narod.ru/documents/konf_zhuk/artushkina_. – Дата звернення : 12.05.16. – Заголовок з екрана.

2. Ділове спілкування в державному управлінні (мовленнєвий і психологічний аспекти) : звіт про НДР (проміж.) / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – ДР № 0103U006814. – К., 2003. – 74 с.

3. Дорошенко Л. В. Реалізація мовної політики держави при підвищенні кваліфікації державних службовців [Електронний ресурс] / Л. В. Дорошенко ; Полтавський обласний центр перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій. – Режим доступу : <http://cpk.adm-pl.gov.ua/sites/default/files/imce/mova.pdf>. – Дата звернення : 12.05.16. – Заголовок з екрана.

4. Етика ділового спілкування : курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осичанська. – К. : МАУП, 1999. – 208 с.

5. Козієвська О. І. Особливості формування культури мовлення у професійній діяльності державних службовців : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.03 / О. І. Козієвська ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2003. – 20 с.

6. Комунікативна компетентність державних службовців яка елемент модернізації системи державної служби / Івано-Франківський центр науки, інновацій та інформатизації. – Івано-Франківськ, 2012. – 154 с.

7. Конституція України. – К. : Право, 1998. – 86 с.

8. Мовна компетентність державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування : навч.-метод. посіб. / уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за заг. ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – К. : НАДУ, 2009. – 48 с.

9. Плотницька І. М. Ділова українська мова у сфері державного управління : навч. посіб. – К. : Вид-во УАДУ, 2000. – 192 с.

10. Приходько О. Л. Мовна культура державних службовців як науково-теоретична проблема [Електронний ресурс] / О. Л. Приходько. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej2/txts/ds/05polsnp.pdf>. – Дата звернення : 12.05.16. – Заголовок з екрана.

11. Хаджирадєва С. Мовна і мовленнєва компетенція та компетентність державних службовців у контексті вивчення їх готовності до професійно-мовленнєвої комунікації / С. Хаджирадєва // Вісник НАДУ. – 2004. – № 4. – С. 450–454.

12. Шевчук С. Українське ділове мовлення : навч. посіб. / С. Шевчук. – К. : Літера, 2000. – 480 с.

СЕКЦІЯ 2

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПУБЛІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 327:061.1ЄС

© Ніжник А. В.

ІМІДЖ ЄВРОПИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Робота українських медіа має чи не найбільше значення у прокладанні дороги України в Європейський Союз, адже це не лише робота міністрів чи політиків, але і журналістів. Імідж Європи та Європейського Союзу значною частиною українського населення сприймався як позитивний і надалі прихильність до ЄС серед українського населення продовжує рости.

Міжнародний імідж держави (the image of the state), тобто її образ, її сприйняття іншими державами також є однією з основних складових сили держави на міжнародній арені [1]. Одним із важливих аспектів загального сприйняття й оцінки організації є враження, яке вона створює, тобто її імідж (образ). Формування і використання привабливого іміджу організації та її лідерів – найважливіший чинник їхнього політичного успіху, одна з умов завоювання електорату на свій бік. Зрозуміло, створення іміджу вимагає значних політичних, організаційних, ідеологічних, соціальних і психологічних зусиль і спирається на відповідні теоретичні постулати, на правила і технології [3].

Зважаючи на це було підписано угоду про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, тому засоби масової комунікації у контексті євроінтеграційного курсу України повинні були не лише інформувати, але і формувати проєвропейські настрої у суспільстві та виконувати мотиваційні функції для суспільства.

Україна обрала курс на європейську та євроатлантичну інтеграцію і має на меті стати повноцінною європейською державою, тому події, що відбуваються та рішення, які приймаються Європейським союзом з країнами-учасниками ЄС, впливають на формування свого зовнішнього іміджу в українських медіа.

Мета статті – дослідити імідж Європи та Європейського союзу в українських медіа за допомогою контент-аналізу.

Контент-аналіз проводився шляхом аналізу джерел повідомлень: щоденної всеукраїнської газети «День» та українського інтернет-видання «Українська правда» – проекту Європейської правди – сайту про Європейську інтеграцію (першого в Україні масштабного новинного порталу, що присвячений європейській тематиці). Відповідно до визначених каналів, джерел інформації було сформовано сукупність повідомлень. Відповідно до гіпотези основним обмежувачем тут виступають часові рамки інформаційного простору, зокрема для спостереження і контент-аналізу було визначено 2014–2015 рр.

Методика контент-аналізу припускає використання різних категорій, які повинні знайти адекватне враження у змісті досліджуваних матеріалів. Одиницями аналізу виступали: текстові фрагменти, зазвичай уся стаття, частота появи категорій, засобами вираження виступали такі категорії: угода про асоціацію з Європейським союзом, Рада Європи, Європейська комісія, Європа, членство України у ЄС, безвізовий режим, економіка, співпраця, імідж Європейського Союзу, приєднання до ЄС, демократія, мир, Європейський суд, імідж Європи, права людини тощо.

Дослідження показало, що протягом 2014 року у обох виданнях простежувався значний розрив між високим рівнем політичного діалогу з європейськими партнерами, зокрема у газеті «День» Володимир Панченко писав про те, що Європа зайняла позицію вичікування і не приймала активних дій у боротьбі проти агресивної політики Кремля, автор відверто розчарований діяльністю, а якщо точніше, то бездіяльністю ЄС:

«Сказати, що Європа мовчить, ніби й не випадає, проте і я вже втомився читати рядки в Інтернеті: «Ми глибоко стурбовані», «Ми занепокоєні», «Ми уважно стежимо»... Хіба Європа не має більш дієвих інструментів впливу на тих, хто хоче остаточно перетворити Україну в султанат, не зупиняючись навіть перед кровопролиттям? І хіба вона не зацікавлена в тому, щоб мати поряд демократичну країну, а не фрагмент євразійського простору?

Дійте, братове європейці!

Що ж до нас, то ми не знімаємо з себе обов'язку бути сильними» [2]

У інтернет-виданні Європейська правда в основному публікуються аналітичні статті та новини щодо європейсько-українських відносин. Так Сергій Сидоренко у своїй публікації «Проект «безвізовий режим» – шлях Києва до поразки в Ризі» аналізує дії представників ЄС та Міністерства закордонних справ України щодо впровадження та зриву безвізового режиму з ЄС – Україна:

«Одночасно МЗС бомбардує міністерства закордонних справ європейських держав геополітичними закликами та аргументами. Мовляв, уявіть, що буде, якщо ви нам відмовите – як впаде імідж Європи в Україні і що скаже з цього приводу кремлівська пропаганда.

Співрозмовники ЄвроПравди в структурах ЄС коментують ці аргументи, не приховуючи роздратування «шантажем з України». А представництво ЄС в Україні, схоже (так само, як і українська влада), розпочало кампанію з підготовки громадської думки до невдачі з рішенням про скасування віз»[4].

Проаналізувавши заголовки та зміст публікацій у обраних виданнях можна запевнитись, що впродовж тривалого часу на громадському рівні ведеться активна дискусія

стосовно образу Європейського Союзу, його позитивних та негативних характеристик, і, як наслідок – вступ України до цього об'єднання.

Дослідження склало чітко визначені компоненти позитивного іміджу ЄС в Україні. У 2014 р. вони були такими (перелік починається від найважливішого): *високі життєві стандарти, економічний розвиток, політична стабільність та високий рівень демократії, верховенство права, права людини, індивідуальна свобода, мир і безпека.*

Отже, імідж Європейського Союзу значною частиною українського населення сприймався як апріорі позитивний, не зважаючи на Українське суспільство до подій 2013–2014 рр. (Євромайдан, зрив підписання Асоціації з ЄС екс-президентом Януковичем).

Надалі прихильність до ЄС серед українського населення продовжує рости. Українці розглядають приєднання до Європейського Союзу як можливість підвищити власний економічний добробут, розвинути демократичні інститути та набути свободу пересування. Отже, впродовж останніх років в межах широкої громадськості імідж Європейського Союзу був позитивний, за винятком незначних коливань.

Дослідження повідомлень стосовно іміджу ЄС показало, що Європейський Союз наразі сприймається як «пес – дбайливий захисник». Дана метафора свідчить про те, що ЄС розглядається громадськістю як важливий стратегічний партнер, в інтереси якого входить прямо впливати на забезпечення миру та стабільності у даному регіоні. Лідери громадської думки надають перевагу таким позитивним складовим іміджу Європейського Союзу як влада закону/транспарентність, чесність, самовираження, свобода особистості, демократія та права людини. В Україні імідж ЄС є більш ніж позитивним. Європейський Союз для України – це важливий стратегічний партнер. Саме тому повідомлення у Європейській правді та газеті «День» сконцентровані не на іміджі як такому та його компонентах, а на його впливі на майбутній розвиток українсько-європейських відносин. Крім того, незважаючи на позитивний імідж Європи в Україні, українці не вірять в швидке «вливання» у стосунки між Україною та ЄС у зв'язку із військовими діями на Сході України.

Отже, можна підтвердити гіпотезу, що в Україні побутує позитивне ставлення до Європейського Союзу, він асоціюється із економічним процвітанням, захистом прав та свобод людини, демократією, прозорістю, миром та безпекою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародна політика [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <https://uk.wikipedia.org/wiki>. – Назва з екрана.
2. Панченко В. Присвячено саміту Росія — ЄС [Електронний ресурс] / Володимир Панченко // «День». – 2014. – Режим доступу : <http://day.kyiv.ua/uk/article/den-ukrayini/prisvyacheno-samitu-rosiya-ies> – Назва з екрана.

3. Політологія [Електронний ресурс] / [Ф. М. Кирилюк, М. І. Обушний, М. І. Хилько та ін.] // Здоров'я. – 2004. – Режим доступу : <http://textbooks.net.ua/content/view/6702/44/> – Назва з екрана.

4. Томбінський: про безвізовий режим для України вирішать після висновків експертів [Електронний ресурс] // «Європейська правда». – 2015. – Режим доступу : <http://www.eurointegration.com.ua/news/2015/03/26/7032296/> – Назва з екрана.

УДК 327:061.1ЄС

© Сащук О.С., Карпчук Н.П.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ В ПУБЛІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Актуальність тематики дослідження визначається науковою та політичною доцільністю з'ясування перспектив модернізації сфери міжнародних відносин з огляду на появу інтернет-комунікації як сучасного інструментарію зовнішньополітичної діяльності та переходу від вузько спеціалізованого дискурсу міжнародної взаємодії. Відтак необхідність цілісного розгляду проблеми міжнародної інтернет-комунікації як інструменту зовнішньої політики знаходить своє пояснення в загальній логіці міжнародно-системних змін оскільки сама структура міжнародних відносин залежить від особливостей глобалізації міжнародних комунікацій, яка призводить до інформаційного дисбалансу у сучасній світовій системі.

Метою дослідження є аналіз місця і ролі соціальних мереж в комунікаційних процесах і, зокрема, в якості засобу політичної комунікації на європейському просторі. Дана мета конкретизується як вивчення можливостей застосування їх у публічній політиці Європейського Союзу, а також в цілому організаційного потенціалу і впливу на розвиток і трансформацію міжнародних відносин.

У ХХІ столітті соціальні мережі відіграють ключову роль у комунікаційному процесі в міжнародних відносинах, виступаючи в ролі майданчика, де користувачі можуть висловлювати свої точки зору і думки щодо різноманітних світових процесів.

Однією з ознак сучасного медіа-простору є стрімкий розвиток соціальних медіа за інтересами в мережі Інтернет. Соціальні медіа дефініюються як група інтернет-додатків, які ґрунтуються на ідеологічних і технологічних основах Web, що дозволяє створювати та обмінюватись контентом.

Як інтернет-сервіс, соціальні медіа є платформою, за допомогою якої користувачі можуть підтримувати контакти між собою та формувати угруповання за специфічними інтересами. Інформаційні сервіси такого виду забезпечують користувачів всіма можливим шляхами для взаємодії один з одним - відео, чати, зображення, музика, щоденники та ін.

В умовах формування нових тенденцій розвитку соціальних комунікацій, пов'язаних із зростанням значення соціальних мереж, з'являється потреба у формуванні нових наукових положень, досліджень, які б більш глибоко визначали роль нових комунікаційних моделей на міжнародному рівні [2].

На тлі поступового зниження ролі традиційних інструментів і, зокрема, телевізійних, друкованих ЗМІ, Інтернет поступово стає одним із головних засобів здійснення публічної політики. Визначальними рисами успіху соціальних мереж як засобу публічної політики стали такі базові його характеристики, як доступність, глобальність, інтерактивність, гіпертекстуальність, мультимедійність висока швидкість передачі інформації, можливості нелінійного пошуку і зберігання інформації. Ключовим трендом розвитку соціальних мереж як засобу публічної політики є зростання їх ролі в західному світі, що характеризуються низьким рівнем підконтрольності, значним мобілізаційним потенціалом, а це сприяє високій соціальній самоорганізації громадян.

На рівні Європейського Союзу соціальні медіа використовуються для підтримки комунікації з громадянами європейських країн, проведення комунікативних кампаній, просування європейської політики та проектів ЄС у різних сферах, також соціальні медіа є інструментом поширення офіційних заяв та прес-релізів.

Задля здійснення ефективного наднаціонального управління в рамках ЄС за прикладом США було створено європейську медійну платформу «Social Media Gov.Board», яка дозволяє проаналізувати не лише активність європейських установ у соціальних медіа, але й отримати висновки щодо ефективності проектів ЄС у різних сферах життєдіяльності. Паралельно Європейська комісія розробила власну соціальну мережу «RegioNetwork 2020» для онлайн-спілкування та регіонального співробітництва в Європі.

Практика застосування країнами Європейського Союзу як акторів міжнародних відносин такого інструментарію як соціальні мережі показує успішність здійснення публічної комунікації із зовнішньою і внутрішньою аудиторією задля позиціонування інтеграційного утворення на міжнародній арені, адекватного реагування на нагальні проблеми європейської спільноти, глибшого розуміння тенденцій європейської спільноти, глибшого розуміння тенденцій світової та європейської громадської думки [4].

Соціальні мережі виступають своєрідною площадкою для реалізації певних цілей публічно політики ЄС. Вони полегшують політичний діалог між владними верхівками та громадою. Особливим аспектом діяльності медіа як складової сучасної публічної сфери політики є розвиток політичних та соціальних мереж, у яких громада може спілкуватися, відстоювати власні позиції на умовах анонімності оцінювати роботу міської влади або окремих чиновників. Водночас розвиток новітніх комунікаційних систем не сприяє

формуванню справжньої публічної сфери, оскільки політичні суб'єкти намагаються використати їх у своїх цілях. Один із сучасних аналітиків І. Ейдман вважає, що мережева активність політиків у соціальних мережах носить авторитарний характер. Політики Сходу і Заходу використовуючи в своїй діяльності соціальні мережі не розуміють їх реальну соціальну та комунікативну природу [4].

В умовах розвитку інформаційного суспільства соціальні мережі все більше впливають на глобальний інформаційний простір, а також спричиняють необхідність перегляду відношення до інформаційного простору та комунікативної активності громади міста та місцевої влади. У контексті формування комунікативної активності з використанням соціально-медійних інструментів, зумовлюється необхідність перегляду концепції застосування все більшої кількості інформаційно-комп'ютерних технологій в управлінні.

Для підтримки зовнішньополітичної діяльності через соціальні медіа Європейський Союз намагається задіяти механізми узгодження та обміну інформацією щодо спільних загальноєвропейських інтересів, вироблення «спільної позиції» зі сприйняття та аналізу різних міжнародних подій, узгодження позицій національних урядів з європейською політичною поведінкою щодо визначення цілей та пріоритетів ЄС відносно третіх країн, якщо дипломатичні інструменти виявляються недостатніми для забезпечення спільної зовнішньої та політики безпеки ЄС.

Соціальні медіа виступають нині одним з головних засобів популяризації зовнішньополітичної діяльності держави, забезпечення публічного контакту зі світовою громадськістю, протидії недружнім інформаційно-пропагандистським кампаніям, інструментом формування інформаційної картини подій, джерелом інформування населення про надзвичайні ситуації та відстеження або припинення протиправної діяльності, тому подальші дослідження впливу соціальних медіа на зовнішньополітичну комунікацію між державами повинні бути спрямовані вивчення особливостей забезпечення прозорості зовнішньополітичних дій держави та підтримки зворотного зв'язку з різними цільовими групами.

Головною причиною підвищення інтересу до залучення громадськості у процес управління в ЄС є зниження громадської підтримки політики Європейського Союзу, особливо в аспекті останнього розширення та скептичне ставлення до ролі громадян у формуванні політики Союзу, що втілюється як у розчаруванні в ЄС у цілому, так і зменшенні довіри до європейських інституцій зокрема, що пов'язують з феноменом «демократичного дефіциту ЄС».

Наявність проблеми «демократичного дефіциту», спричиненого недоступністю інституцій ЄС звичайних громадян відображає труднощі, пов'язані зі спробою розвитку

демократії на наднаціональному рівні, поза рамками національної держави. У результаті намічається розрив між консенсусом політичних еліт ЄС з приводу доцільності розвитку інтеграції і скепсисом населення щодо загальноєвропейських інститутів, що є серйозною перешкодою для подальшої еволюції Європейського Союзу [3].

Розвиток соціальних комунікаційних мереж стає самостійним чинником у структурі явищ, які обумовлюють розвиток складової публічної сфери політики. Технологічна доступність, стрімке кількісне зростання робить соціальні комунікаційні мережі рівноправним із класичними ЗМІ суб'єктом інформаційного поля. Крім того, практики інформаційних мереж забезпечують участь населення у соціально-політичному дискурсі. Усе це веде до формування масової суб'єктності громадян у межах публічної сфери, яка буде зміцнювати її позиції навіть в умовах авторитарних тенденцій у сучасному технологічному демократичному суспільстві [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : автореф. дис. канд. соціол. наук: 22.00.01 / С. М. Коноплицький; НАН України; Інститут соціології. – К., 2007. – 17 с.
2. Третьак О. А. Вплив новітніх комунікаційних інтернет-мереж на розвиток публічної сфери політики / О. А. Третьак // Економічний часопис ХХІ. – Д., 2011. – С. 37–39.
3. Маліс О. В. Розвиток Інтернету як комунікативного засобу та його вплив на діяльність суб'єктів політичного процесу в Україні : автореф. дис... канд. політ. наук : 23.00.02 / О. В. Маліс ; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. – К., 2009. – 19 с.
4. Піпченко Н.О. Соціальні мережі в публічній політиці Європейського Союзу/ Н.О.Піпченко // Америка і Європа у сучасних міжнародних трансформаціях : [кол. моногр.]. – К. : Центр вільної преси, 2014. – С. 351–367.

УДК 327(437.3):32.019.5:659.4

© Терещук М. І.

ПОЛІТИКА НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ:

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ТА ПРОГРАМНІ АСПЕКТИ

У Чехії діє ціла низка інституцій, що мають відношення до формування та просування бренду країни. Насамперед необхідно згадати т.зв. «Чеські центри» — мережа організацій, що фінансуються МЗС країни та працюють на його допомогу. Метою їх діяльності є промоція Чехії за кордоном. Мережа Чеських центрів за кордоном розглядається як активний

інструмент зовнішньої політики Чеської Республіки у сфері публічної дипломатії. На даний час діє 22 таких центри у різних країнах світу, у т.ч. й в Україні [0].

Наступною установою є Національне туристичне управління Чеської Республіки «CzechTourism», створене у 1993 році агентство при Міністерстві регіонального розвитку. Ця установа займається розвитком туризму в Чеській Республіці, використовуючи для цього цілий ряд ключових видів діяльності, які пропагують туризм на вітчизняному ринку і за кордоном. Загалом Чеську Республіку у світі представляє 21 закордонне представництво агентства CzechTourism як в європейських країнах, в число яких входять Німеччина, Велика Британія та Іспанія, так і в країнах за межами Європи, зокрема, в Китаї, Бразилії, Сполучених Штатах Америки. Основною метою мережі закордонних представництв агентства CzechTourism є просування Чеської Республіки на даних ринках, формування позитивного іміджу країни і збільшення обсягу приїздів закордонних гостей. Філії агентства CzechTourism здійснюють різноманітну рекламну діяльність. До числа їх основних інструментів відносяться кампанії (онлайн, друковані та зовнішні), інформаційно-ознайомчі тури, роуд-шоу, участь у виставках, презентаційних заходах, організація власних презентацій та воркшопів, співпраця з закордонними та чеськими суб'єктами та встановлення і розвиток контактів зі стратегічними партнерами [3].

Також в рамках агентства CzechTourism діють такі структурні підрозділи, як Інститут туризму та Чеське бюро конгресів. Місією Інституту туризму є надання аналітичних та інформаційних послуг іншим організаційним компонентам агентства, а також професійній та широкій громадськості. Інститут також надає регулярну інформацію про поточний стан і очікуваний розвиток туристичного ринку Чеської Республіки, забезпечує регулярну інформацію про поточний стан і очікуваний розвиток ринку міжнародного туризму, за допомогою співпраці з громадським та приватним сектором використовує отримані знання на практиці, тим самим сприяючи розвитку і досягненню довгострокової конкурентоспроможності Чеської Республіки в галузі туризму.

Чеське бюро конгресів (Czech Convention Bureau, CzCB) є неприбутковою організацією, що пов'язана з Національним туристичним управлінням ЧР. Його місією є просування Чеської Республіки в сфері конгресного та інсентив-туризму на внутрішньому та зарубіжному ринках. CzCB тісно співпрацює з окремими регіональними офісами, курирує роботу регіонів і тим самим сприяє максимальному використанню конгресного потенціалу, які пропонує ЧР. Конгресовий і інсентив-туризм відноситься до економічно найбільш вигідних форм туризму. Прага вже традиційно розміщується на провідних позиціях у світовому рейтингу конгресних міст [4].

Наступною інституцією, що має відношення до брендингу, є створене у 1992 році Агентство інвестицій та розвитку бізнесу «CzechInvest», яке є агенцією Міністерства промисловості та торгівлі Чехії. Діяльність цієї установи направлена на допомогу надходженню прямих іноземних інвестицій до Чеської Республіки та розвитку чеських компаній. CzechInvest також здійснює промоцію Чехії за кордоном. У рамках своєї роботи діяльність агентства поширилася на цілу низку нових програм, що підтримують інвестиційні пропозиції в Чеській Республіці. Останньою серйозною зміною концепції агентства є стратегія «Новий CzechInvest», що представляє собою ряд нових продуктів і послуг для підприємців. Ця стратегія була розроблена з метою підняти конкурентоспроможність чеської економіки. Новий напрям діяльності агентства розділений на сім інтервенційних областей, якими є: координація та підтримка потоку інвестицій; підтримка комерціалізації результатів науки, досліджень та інвестицій в інновації; підтримка малого та середнього бізнесу; інтернаціоналізація; регіональний розвиток; розвиток людських ресурсів для цілей бізнесу. На офіційному сайті організації у вільному доступі представлені щорічні звіти про цю діяльність (за період з 2005 по 2013 роки) [5].

У 1997 році Міністерством промисловості та торгівлі Чехії було засноване Чеське агентство підтримки торгівлі «CzechTrade». Головною метою цієї установи є розвиток міжнародної торгівлі та взаємного співробітництва між чеськими та зарубіжними компаніями. Ця установа є офіційним контакт-партнером для тих іноземних компаній, які шукають кваліфікованих чеських постачальників продукції, постачальників послуг та інвесторів. Агентство здійснює свою діяльність по всьому світі через 47 закордонних представництв [6] (таке представництво функціонує і в Україні).

Серед програмних документів, що мають відношення до державного брендингу, необхідно насамперед відзначити «Концепцію єдиного презентування Чеської Республіки», підготовлену Департаментом стратегічних комунікацій МЗС ЧР на виконання урядової резолюції від 17 березня 2004 року та затверджену урядовою резолюцією від 19 січня 2005 року. У документі серед визначених цілей, зокрема, присутні такі: дистанціюватися від свого поточного іміджу як пост-комуністичної країни з дешевою робочою силою і країни відсталого та нерозвиненого, оскільки цей образ більше не відповідає реальній ситуації і розвитку; збільшити кількість якісних іноземних інвестицій і прибутку від туризму з позитивним впливом на ринок праці і більш високий рівень життя для населення; підтримати створення позитивного іміджу Чеської Республіки, покращуючи таким чином рівень обізнаності про Чехію та підвищуючи її авторитет на міжнародній арені [7, с.3]. Іншим документом, що може розглядатись як програмний у сфері іміджування Чехії, є «Стратегія Чеських центрів: 2012→2015», в якому визначаються стратегічні цілі Центрів у сфері міжнародної співпраці,

культури, зовнішньоекономічних відносин тощо, виходячи із «пріоритету підвищення позитивного іміджу і сприйняття Чеської Республіки за кордоном» [8].

Варто зауважити, що у жодному з цих документів не згадується поняття «бренд країни» чи «брендинг». Також ці поняття відсутні на веб-сайтах та документах згадуваних вище інституцій. Таким чином, у Чехії в явному вигляді не декларується використання брендингових технологій. Водночас існують як інституційні засади політики, що може трактуватись як брендингова (у вигляді добре скоординованих між собою державних агенцій та установ), так і програмні засади (у вигляді системних документів із визначеними конкретними цілями та задачами).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Czech Centres [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.czechcentres.cz/> (переглянуто 3 травня 2016 р.)
3. CzechTourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.czechtourism.com/> (переглянуто 3 травня 2016 р.)
4. Czech Convention Bureau [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.czechconvention.com/> (переглянуто 3 травня 2016 р.)
5. CzechInvest [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.czechinvest.org/> (переглянуто 3 травня 2016 р.)
6. CzechTrade [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.czechtradeoffices.com/> (переглянуто 3 травня 2016 р.)
7. Concept For a Unified Presentation of the Czech Republic [Електронний ресурс] // Ministry of Foreign Affairs of the Czech Republic. – Режим доступу : http://www.mzv.cz/public/77/90/26/23684_14945_concept_unified_presentation_czech_republic.pdf (переглянуто 3 травня 2016 р.)
8. Strategy of Czech Centres: 2012→2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.czechcentres.cz/_sys_/FileStorage/download/5/4539/czech-centres-def.pdf (переглянуто 3 травня 2016 р.)

СЕКЦІЯ 3
ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ, ЕЛЕКТРОННА УЧАСТЬ,
ЕЛЕКТРОННА ДЕМОКРАТІЯ

УДК 342.57

© Гачкевич А. О.

ТРОЛІНГ ЯК ВИКЛИК ЕЛЕКТРОННІЙ ДЕМОКРАТІЇ: НА ПРИКЛАДІ
ПОДАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ПЕТИЦІЙ

Виходячи з проголошення у відповідності до Конституції України нашої держави як демократичної, тобто держави, влада в якій здійснюється народом, в епоху інформаційного суспільства, зі стрімким розвитком інформаційних технологій, виникли нові можливості для реалізації необхідності впливу населення на політичні процеси. Однією з них стали електронні петиції, що являють собою звернення громадян у визначеній законодавством кількості до органів державної влади з метою ініціювати прийняття ними рішень в межах своєї компетенції. Зміст таких електронних петицій сформульовано в мережі Інтернет на веб-сайтах органів державної влади, яким вони адресовані. Кожна особа, яка підтримує конкретну петицію, вправі виявити свою позицію на тому ж веб-сайті. Разом з тим, такий стан речей, згідно з яким кожен надає петиції будь-які назву та зміст на свій розсуд, допускає явище тролінгу, яке набуло поширення в мережі Інтернет з огляду на принцип свободи інформації. Хоча спершу поняття тролінгу відображало переважно деструктивні повідомлення окремих користувачів на Інтернет-форумах, сьогодні можна виявити тролінг і на веб-сторінках органів державної влади, призначених для електронних петицій, в тому числі Президента України.

За останні роки було опубліковано велику кількість напрацювань стосовно тролінгу, автори яких намагаються розглянути тролінг з точки зору різних сфер суспільного життя. Абсолютна більшість вчених схиляється до думки, що мотивацією є прагнення троля привернути увагу до себе, а головною метою – образа інших користувачів. Як правило, тролінг здійснюється у формі повторюваних повідомлень, що викликають сильні емоційні реакції інших учасників дискусії. При цьому можемо стверджувати, що явище тролінгу в мережі Інтернет потребує більш детального вивчення в наш час. Один з найвідоміших вчених, які досліджують тролінг, Дж. Бішоп показав, що тролінг розвивається, набуваючи нових ознак та способів вираження, а також, виокремивши декілька видів тролів, пояснив, чому тролінг далеко не завжди має негативні наслідки [8, с. 155-157]. На жаль, до цього часу не було досліджено специфіку тролінгу стосовно електронних петицій, однак, наявні дані про зміст петицій, доступ до яких є відкритим за допомогою мережі Інтернет, дозволяють прийти до деяких цікавих висновків в цьому плані.

Хоча більшість досвідчених користувачів мережі Інтернет ідентифікують тролінг інтуїтивно за короткий проміжок часу, серед ознак, які характерні для повідомлень тролів, можна виокремити:

- 1) специфічний зміст повідомлення, який здебільшого є абсолютно недоречним з огляду на хід дискусії;
- 2) повторюваний характер, коли одні й ті самі повідомлення або дуже схожі за змістом регулярно відправляються як конкретним користувачем, так й різними користувачами;
- 3) троями часто виступають анонімні особи, які створюють свої профілі виключно з метою тролінгу, а тому їх активність на веб-сторінці не є постійною. Зважаючи на те, що без жодних обмежень одна й та сама особа може створити кілька різних профілів, в тому числі в соціальних мережах, стає зрозумілим, чому троль може мати кілька імен.

З огляду на специфіку подання електронних петицій, існує необхідність проаналізувати кожен з вищенаведених ознак в контексті тролінгу при поданні електронних петицій, взявши за основу відомості систем електронних петицій, які сьогодні набувають популярності серед населення України, зокрема: до Президента України, до Верховної Ради України та до органів місцевого самоврядування. На підставі ст. 23-1 Закону України «Про звернення громадян», до якого були внесені відповідні зміни у 2015 р., громадянам гарантується право звернутися до Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, органу місцевого самоврядування «з електронними петиціями через офіційний веб-сайт органу, якому вона адресована, або веб-сайт громадського об'єднання, яке здійснює збір підписів на підтримку електронної петиції» [1]. Порядок розгляду електронних петицій до Президента України було встановлено Указом №523/2015, а місцезнаходженням самих петицій є веб-сторінка Офіційного Інтернет-представництва Президента України (<https://petition.president.gov.ua>) [7]. Подання електронних петицій до органів місцевого самоврядування було оптимізовано в рамках програми «Електронне урядування задля підзвітності влади та участі громади» (EGAP), яка фінансується Швейцарською Конфедерацією з метою надання допомоги органам місцевого самоврядування у вигляді готового технічного рішення та пакету проектів місцевих нормативно-правових актів для забезпечення виконання норм Закону України «Про звернення громадян» в частині електронних петицій [6]. Створення Єдиної системи місцевих петицій, розміщеної за веб-адресою: <https://e-dem.in.ua>, надає можливість подання петицій до територіальних громад різного рівня, а також доступу до поданих петицій та їх підтримки. Відомості про електронні петиції до Верховної Ради України було отримано з веб-сторінки: <https://itd.rada.gov.ua/services/Petitions>.

Специфічний зміст повідомлення, на нашу думку, в контексті електронної петиції, виявлятиметься в тому, що автор петиції звертається з проханням емоційного характеру, яке не може бути виконаним відповідним органом або через відсутність повноважень, або через необґрунтованість. Наприклад, за цією ознакою тролінгом можемо вважати петицію щодо призначення Ю.В. Тимошенко послом в Гондурасі, навіть незважаючи на те, що Президент України надав відповідь на неї [4]. Разом з тим, на жаль, в абсолютній більшості випадків неможливо стверджувати з повною впевненістю, що петиція є тролінгом (скажімо, електронні петиції до Львівської міської ради щодо «припинення побілки дерев, бордюрів та стовпів навесні», адже, крім деяких фруктових порід, така практика являє собою «дивну суміш сільського укладу життя, радянських уявлень про естетику дворів та вулиць, а головне марну трату коштів на вітер, які можна було дійсно використати на благоустрій міста» [5]). Заслуговує на увагу той факт, що у відповідності до ст. 23-1 електронні петиції не можуть містити як закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, закликів до вчинення терористичних актів, так і посягання на права і свободи людини, а відповідальність за їх зміст несуть автори електронних петицій, а отже, участь адміністратора для фільтрування петицій поки не передбачена [1].

Повторюваний характер повідомлень полягає в тому, що громадяни адресують органам державної влади електронні петиції зі схожим змістом. Так, до Львівської міської ради було подано декілька петицій щодо необхідності перевірки депутатів на детекторі брехні, а також їх психофізіологічного обстеження [2; 3]. Однак, такі електронні петиції є швидше винятком для усіх проаналізованих систем. Для того, щоб розмістити свою електронну петицію на веб-сторінці органу державної влади, необхідно пройти процедуру авторизації, якій передує реєстрація нового користувача у системі. При реєстрації від користувача вимагається надати як адресу електронної пошти (Офіційне Інтернет-представництво Президента України), так й дані про 50м.'я, прізвище та по батькові, місто проживання, мобільний телефон (Єдина система місцевих петицій), а доступ до системи «Електронні петиції Верховної Ради України» здійснюється за умови надання інформації ще й про місце проживання. Очевидно, що, як й у випадку реєстрації в соціальних мережах, не існує ніяких гарантій того, що особа є тією, за кого себе видає, проте, як виявилось, автором петицій щодо необхідності перевірки депутатів Львівської міської ради на детекторі брехні та їх психофізіологічного обстеження став експерт з кадрового відбору з використанням детектора брехні.

Таким чином, явище тролінгу набуває поширення і в сфері електронної демократії, адже системи подання електронних петицій, які дедалі частіше використовуються

населенням для впливу на суспільно-політичні процеси, на сучасному етапі надають можливість кожній людині звернутись з будь-яким питанням до органу державної влади, зареєструвавши при цьому заздалегідь свій профіль. Але, тролінг за допомогою електронних петицій не є настільки загрозливим, в тому числі для інформаційної безпеки, як на Інтернет-форумах, адже, по-перше, доля електронної петиції залежить від її підтримки населенням, по-друге, особа усвідомлює більшою мірою свою відповідальність за сформульовані петиції завдяки державно-організаційній природі веб-сторінки. Разом з тим, вважаємо за доцільне запровадити верифікацію електронних петицій перед тим, як вони будуть розміщені на веб-сторінках, адже, хоча й відповідальність за їх зміст несе автор, електронні петиції не повинні посягати на права та свободи інших осіб та нести загрозу основам національної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції» // Відомості Верховної Ради. – 2015. – №35. – Ст. 341.
2. Перевірка на поліграфі депутатів Львівської міської ради [Електронний ресурс] // Єдина система місцевих петицій. – Режим доступу : <http://e-dem.in.ua/lviv/Petition/View/349>.
3. Перевірка на поліграфі (детекторі брехні) чиновників Львівської міської ради [Електронний ресурс] // Єдина система місцевих петицій. – Режим доступу : <http://e-dem.in.ua/lviv/Petition/View/348>.
4. Призначити Тимошенко Юлію Володимирівну послом в Гондурас [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <https://petition.president.gov.ua/petition/7786>.
5. Припинити побілку дерев, бордюрів та стовпів навесні [Електронний ресурс] // Єдина система місцевих петицій. – Режим доступу : <http://e-dem.in.ua/lviv/Petition/View/477>.
6. Про проект [Електронний ресурс] // Єдина система місцевих петицій. – Режим доступу : <http://e-dem.in.ua/lviv/Home/About>.
7. Указ Президента України №523/2015 «Про Порядок розгляду електронної петиції, адресованої Президентові України» [Електронний ресурс] // Офіційне інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/5232015-19384>.
8. Bishop J. Examining the Concepts, Issues, and Implications of Internet Trolling / Jonathan Bishop. – IGI Global, 2013. – 368 p.

MICROSOFT «SKYPE ДЛЯ БІЗНЕСУ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ МОДЕЛІ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Сучасні тенденції глобалізації та інтеграції світової спільноти неодмінно позначаються на різних аспектах людського буття, не залишається осторонь й освітня сфера. Сьогодні освіта України перебуває у стані організаційного реформування та модернізації. Реалізація нових векторів у галузі освіти потребує застосування інноваційних педагогічних технологій, творчого пошуку нових концепцій, принципів і підходів до освітнього процесу на різних етапах формування особистості.

Аналіз літератури виявив, що питання інноваційних технологій та їх впровадження в освітню систему досліджувало багато вчених, зокрема: І. Зязюн, Н. Ничкало, О. Спірін, В. Шапран, Б. Блум, Ю. Ємельянов, Дж. Стіл, Г. Баранова, Н. Мойсеюк, Р. Шаран, Ю. Руднік, І. Станкевич.

У ХХІ столітті сучасні тенденції глобалізації, інтеграційні процеси суттєво впливають на різні аспекти людського життя, зокрема і на процес освіти. Сучасні ІТ технології дозволяють докорінно змінити процес навчання. Впродовж останніх років з'явилося чимало методів, різноманітних прийомів та технік, які дозволяють суттєво змінити застарілі, рутинні способи навчання, та перейти на новий, сучасний рівень викладання. Важливим фактором є вміння викладача застосовувати той чи інший метод або інструмент під час навчання, відповідно до певних факторів, таких як: терміни навчання, специфіка предметної області, рівень знань студентів та компетентність викладача.

Методи з використанням комп'ютерних технологій мають широке розповсюдження, що обумовлене загальним розвитком ІТ технологій. Існують різноманітні способи застосування засобів мультимедіа в навчальному процесі, серед яких:

- використання електронних лекторів, тренажерів, підручників, енциклопедій;
- розробка ситуаційно-рольових та інтелектуальних ігор з використанням штучного інтелекту;
- моделювання процесів і явищ;
- забезпечення дистанційної форми навчання;
- проведення інтерактивних освітніх телеконференцій;
- побудова систем контролю й перевірки знань і умінь студентів (використання контролюючих програм-тестів);
- створення і підтримка сайтів навчальних закладів;
- створення презентацій навчального матеріалу;
- здійснення проективної і дослідницької діяльності студентів тощо [1, с. 3].

Специфікою цифрового підходу під час навчання є те, що тут задіяні майже усі органи чуття та сприйняття, що дозволяє покращити рівень запам'ятовування матеріалу. Також ефективний рівень комунікації, зокрема, ефективний зворотний зв'язок між учасниками навчального процесу - це запорука якісного електронного навчання. Тому Microsoft «Skype для бізнесу» є незамінним засобом для спілкування в режимі реального часу. «Skype для бізнесу» надає такі можливості:

- проводити презентацію в програмі PowerPoint в режимі реального часу;
- демонструвати програми (додатки), що запущені на персональному пристрої і проводити онлайн заняття з їх вивчення;
- показувати графічні об'єкти за допомогою інструменту «Дошка»;
- проводити опитування;
- організувати сеанс «Питання-відповідь»;
- спільно редагувати документи Microsoft Office;
- візуальна ідентифікація співрозмовника дозволяє проводити іспити або співбесіди.

Можна скористатися онлайн записником OneNote і вести, наприклад, протокол спільного заходу [3, с. 1].

В ході бесіди можна обмінюватися текстовими повідомленнями і додавати файли, наприклад, з навчальними матеріалами, які згадуються в ході бесіди. Сьогодні така практика широко застосовується іноземними навчальними закладами та вважається однією з інноваційних методів навчання. Такі технології дозволяють повністю відтворити умови спільної форми навчання, а саме лабораторного або семінарського завдання, лекцій, на основі використання засобів аудіо та відео обміну даними, спільної роботи з різноманітними об'єктами, незважаючи на те, що його учасники можуть фізично перебувати в різних місцях. Таким чином створюється віртуальна “аудиторія”, що об'єднує всіх учасників «вебінару». Доповідачі ставлять запитання та обговорюють їх, причому в ролі доповідача може бути як викладач, так і студент [4, с. 231].

Виділяють такі засоби синхронного групового навчання, які можна використовувати при проведенні «вебінарів» за допомогою додатку «Skype для бізнесу»:

- використання мультимедійної дошки (електронний аналог шкільної дошки) – електронна панель, що виконує функції дошки для спільної роботи. Тобто це дошка для малювання та письма, на якій викладач може писати чи малювати, виокремлювати окремі елементи самостійно або надати такі ж права учасникам «вебінару». Кожен учасник «вебінару» може працювати з контентом на дошці одночасно з іншими учасниками: додавати свої коментарі, зображення, виправляти, наочно пояснювати свою точку зору. Тому

Whiteboard чудово підходить для методу мозкового штурму, учасники якого перебувають у різних місцях;

- проведення коротких експрес-опитувань. Виступаючий може провести експрес-опитування з обговорюваної теми, попросити у аудиторії оцінити судження, об'єкти, роботи, шляхи вирішення завдання, проблеми та інше. Це дає імпульс обговоренню тематики зборів, дозволяє сконцентрувати увагу учасників на проблемних моментах, познайомити з альтернативними думками і оцінкою учасників тих чи інших подій, підходів до вирішення завдань, з'ясувати способи правильного вирішення поставленої задачі. [4, с. 232];

- обмін миттєвими повідомленнями і розширена підтримка відомостей про присутність в мережі, що надається в Microsoft «Skype для бізнесу» є ефективним засобом встановлення контактів і спілкування з колегами та студентами. Під час проведення зборів, нарад, конференцій, інших заходів skype for business дозволяє користувачам (групам користувачів) брати участь в поточних діалогах, обговореннях на різні теми. Обмін миттєвими повідомленнями підвищує ефективність взаємодії між учасниками та дозволяє обмінюватися інформацією, відповідати на запитання учасників, обговорювати актуальні проблеми та інше.

Отже, з вищезазначеного можна зробити висновок, що в умовах сьогодення, коли створюється єдиний інтелектуальний і емоційний простір засобами Інтернет-технологій, нагальною проблемою стає поєднання класичних педагогічних технологій з інформаційними технологіями навчання, зокрема технології Web 2.0, та інших поєднань, які допоможуть зробити процес навчання більш досконалим, та забезпечувати дистанційне навчання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вівденко І. О. Використання інформаційних технологій у процесі формування професійно-творчих умінь майбутніх фахівців з графічного дизайну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=vluf_2013_10\(2\)_4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=vluf_2013_10(2)_4)
2. Шаран Р. В. Формування ІТ-Компетентності студентів гуманітарного профілю за допомогою технології Microsoft Lynch [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://drive.google.com/file/d/0Bt0K4Yampy4RjhqWU4tYU9MOVE/view?usp=sharing>
3. Microsoft Office 365 в образовании. «Skype для бизнеса» – единая коммуникационная платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://blogs.technet.microsoft.com/tasush/2016/04/08/skype-dlja-biznesa-edinaja-kommunikacionnaja-platforma/>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

Криптовалюта – найбільш гучна інновація фінансового світу за останні роки. Не тільки в соціальних мережах і на форумах, але й в центробанках, парламентських комітетах та урядах багатьох країн світу тривають активні дебати, пов'язані з нею.

Термін "криптовалюта" - прямий переклад англійського "cryptocurrency", тобто віртуальна валюта, захищена криптографією. В першу чергу, криптовалюта - це швидка і надійна система платежів і грошових переказів, основана на новітніх технологіях і наразі не підконтрольна жодному уряду.

Ставлення держав до криптовалюти є дуже різним. Трапляються як приклади відвертого заохочення - в Австралії, Німеччині, Нідерландах, Новій Зеландії, Сінгапурі, деяких штатах США, різних офшорах, так і серйозні обмеження, що здатні перерости в заборонні заходи - це Індонезія, Китай, Росія, Україна. На прямі заборони зважилися тільки Болівія і Еквадор.

Німеччина має намір взяти криптовалюту під урядовий контроль. Цей захід спрямований на запобігання фінансування тероризму, - проблеми, яка особливо загострилася після терористичної тривоги в Мюнхені.

Багато урядів обрали лінію спостереження з обережним оптимізмом – це більшість країн Євросоюзу, Великобританія і Швейцарія, федеральний уряд США, Канада, Японія і країни Південно-східної Азії. У більшості розвинених країн світу фінансове законодавство адаптується до проблеми регулювання криптовалют, і незабаром це питання буде вирішене таким або іншим чином.

1. Природа та особливості криптовалюти

Питання, чи є криптовалюти грошима залишається на сьогодні відкритим в більшості країн світу. Розуміння правової природи криптовалют неможливе без розуміння технології, на основі якої вони функціонують. Зважаючи на те, що більшість сучасних криптовалют «списані» з вихідного коду Bitcoin, зробимо акцент саме на ньому.

Зі створенням Bitcoin у 2008 році була реалізована ідея електронної валюти, яка б не мала прив'язки до єдиного емітента, яка б не контролювалась урядом, а операції з переказу коштів були б миттєвими, анонімними та максимально дешевими.

Bitcoin – це передусім розподілена р2р мережа, в якій немає єдиного емісійного центру, а емісія відбувається автоматично на основі математичного алгоритму і кожен учасник мережі бере участь у підтриманні роботи мережі. Для забезпечення анонімності всіх операцій у мережі використовуються криптографічні методи асиметричного шифрування даних із застосуванням публічного та приватного ключів.

Вартість Bitcoin є результатом співвідношення попиту та пропозиції на нього серед його користувачів. Тобто як формально, так і фізично, Bitcoin стоїть поза межами класичної грошової системи. Він не є уособленням жодних фіатних грошей, а є високотехнологічним явищем, що існує виключно за своїм внутрішнім математичним алгоритмом. І якщо виходити з легального визначення електронних грошей, то можна сказати, що Bitcoin на сьогодні виконує функцію грошей, не будучи при цьому електронними грошима.

Потрібно відмітити, що Європейський центральний банк в жовтні 2012 року опублікував доповідь щодо статусу Bitcoin і проаналізував його правову сутність на відповідність чинному законодавству ЄС. Було висловлено припущення про те, що Bitcoin може мати правовий статус, аналогічний електронним грошам.

Bitcoin - перша і найвідоміша з безлічі криптовалют, символ і флагман криптовалютного світу, а також однойменна грошова одиниця, яка обертається усередині системи. Якщо ж говорити про особливості Bitcoin, що відрізняють його від інших видів електронних і паперових грошей, то це передусім:

- *децентралізація і доступність*. Мережа Bitcoin є поєднанням усіх клієнтських програм (гаманців) і розподіленої бази даних blockchain (блокчейн, ланцюжок блоків), яка зберігається на кожному комп'ютері, де встановлений повний клієнт. Блокчейн є повністю відкритим для перегляду реєстром усіх операцій в системі. Підключення до цього реєстру можливо за допомогою власного гаманця або веб-інтерфейсу спеціальних сервісів моніторингу з будь-якої точки світу, без паролів і будь-якої іншої авторизації;

- *повна прозорість розрахунків*. Історію будь-якого платежу можна (теоретично) відстежити до самого моменту генерації монет і він ніколи не буде видалений з бази даних. Знаючи тільки адресу Bitcoin, можна у будь-який час розпізнати усі транзакції, прийняті цією адресою або відправлені з неї;

- *вільний вибір міри участі*. Можна встановити офіційний клієнт Bitcoin Core, який зберігає усю історію транзакцій, або ж один з онлайн або мобільних гаманців, які вимагають значно менше ресурсів, і за допомогою яких зручно або просто спробувати технологію, або ж оплачувати невеликі покупки під час подорожей. Для максимальної безпеки існують апаратні гаманці з додатковими мірами захисту;

- *можливість анонімних розрахунків*. Bitcoin надає зручний і за бажанням анонімний засіб розрахунків, адреса - номер рахунку в системі - не пов'язаний з його власником, і для його відкриття не потрібно ніяких документів. Це рядок завдовжки близько 34 символів з цифр і букв латинського алфавіту в різному регістрі. Його можна перевести у форму QR-коду або іншого двомірного коду для зручності розрахунків, а також передати як у оригінальному вигляді;

- *нагорода за підтримку мережі*. Нові біткойни надходять в оборот у вигляді нагороди для тих, хто здійснює обчислювальні операції, що забезпечують передачу транзакцій. Обчислення дістали назву "майнінга" (від англійського слова "mining" - видобуток корисних копалин);

- *неперевершений захист*. З кожним новим блоком росте обчислювальна потужність, необхідна майнерам для розрахунку усього ланцюжка з нуля, і чим довший ланцюг - тим важче "зламати" мережу. На сьогодні Bitcoin - це децентралізована обчислювальна мережа, продуктивність якої більш ніж в 8 разів перевищує сумарну обчислювальну потужність усіх суперкомп'ютерів у світі. Для того, щоб захопити над нею навіть обмежений контроль, потрібні величезні ресурси і витрати в сотні мільйонів доларів.

Сьогодні Bitcoin - сучасна цифрова валюта, яка прекрасно підходить для розрахунків в мережі Інтернет. Все більше магазинів приймають Bitcoin як одну з опцій оплати. Простота і зручність відкриття рахунку у біткойнах залучають до цієї цифрової валюти все більше людей з країн, що розвиваються. У багатьох державах Азії і Африки мережа Bitcoin замінює людям важкодоступне і дороге банківське обслуговування. У розвинених країнах отримали поширення POS-термінали для розрахунків біткойнами в магазинах, банкомати для криптовалют, апаратні гаманці для Bitcoin. Виник справжній бум стартапів, які використовують Bitcoin. Виявилось, що технологія блокчейна підходить не лише для фінансових розрахунків, але і для розподіленого зберігання даних про різні активи.

Окрім Bitcoin в світі існують інші криптовалюти, більш відомі як Альткойни. Альткойни називають альтернативою Bitcoin (звідси і сама назва Altcoin), так як більшість з них сподіваються або замінити Bitcoin, або покращити щонайменше один з його параметрів - наприклад швидкість транзакції монет в мережі, метод розподілу монет, або алгоритм майнінгу. Більшість цих валют використовують код Bitcoin, але несумісні з ним.

З моменту відкриття вільного доступу до протоколу Bitcoin кілька сотень клонів намагаються повторити успіх Bitcoin, та переважно такі монети довго не існують. Якщо вірити даним сайту CoinMarketCap.com, то тільки за 2014 рік кількість Альткойнів збільшилася з 67-ти до 550-ти. Але за версією деяких поважних джерел незабаром ринок буде обмежений трьома-чотирма основними криптовалютами.

Наприклад Litecoin – (з англ. «lite» – легкий, «coin» – монета) - однорангова інтернет-валюта, яка включає в себе, майже нульові за вартістю платежі в будь-яку точку світу. Litecoin замислювався розробниками, як еволюція Bitcoin і має ряд відмінностей від нього, відрізняється більш швидким часом підтвердження транзакцій і підвищеною ефективністю зберігання, ніж Bitcoin. Litecoin є другою за величиною капіталізації криптовалютою у світі і на кінець 2015 року коштував приблизно 3\$.

Dogecoin - це одна з альтернативних криптовалют, яка створена на основі коду Litecoin і була представлена в грудні 2013 року. Dogecoin на відміну від інших криптовалют має достатньо швидкий період початкового майнінгу.

Darkcoin - перша криптовалюта, яка дійсно дозволяє здійснити повну анонімність платежів і угод завдяки фірмовій технології DarkSend. Суть цієї технології полягає в тому, що платіж (ланцюжок транзакцій) проходить через спеціальний центральний гаманець DarkSend. Таким чином відстежити транзакції практично неможливо, що реально є досить тривожним фактором у розвитку даної криптовалюти.

Про популярність Darkcoin свідчить той факт, що за даними рейтингу CoinMarketCap.com наразі ця криптовалюта знаходиться на п'ятому місці за рівнем капіталізації, поступаючись лише Bitcoin, Litecoin, Ripple і NXT та складає 35 мільйонів доларів США.

Потрібно зазначити, що сьогодні криптотавлюти не залежать від жодної біржі або пулу, а з незаконною діяльністю в криптовалютах правоохоронці навчилися боротися так само, як і з іншими економічними злочинами.

3. Криптовалюта в Україні

Щодо України, то у нас по суті існує та ж проблема, що й у більш цивілізованих країнах, - технології випереджають законодавство. Згідно із Законом «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» електронні гроші – це одиниці вартості, що зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу особами, відмінними від тих, хто їх випускає, і є грошовим зобов'язанням у готівковій або безготівковій формі. Випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк, на якого покладаються обов'язки з їхнього погашення. Через свої технології Bitcoin не потрапляє під українське визначення поняття «електронні гроші», оскільки не містить зобов'язання емітента з його погашення, не має єдиного емісійного центру, і не прив'язаний до жодних готівкових або безготівкових коштів. У свою чергу «безготівкові кошти» за українським законодавством можуть існувати виключно у формі записів на банківських рахунках. Банки не беруть участі у процесі емісії та обігу криптовалют, тому Bitcoin не може вважатись «коштами». Не потрапляє Bitcoin і під визначення «платіжної системи», оскільки основною та обов'язковою функцією платіжної системи є проведення переказу грошових коштів. Тоді як через гаманець Bitcoin здійснюється переказ виключно Bitcoin, який, як ми вказали вище, не є грошовими коштами.

Загалом, ситуація зрозуміла - є нова технологія і відповідна прогалина в законодавстві. Вирішувати її можна по-різному, наприклад, у США на розгляд Конгресу було внесено законопроект, за яким пропонується встановити п'ятирічний мораторій на будь-яке регулювання криптовалют. Позиція виправдана - технологія молода і перспективна, для

розуміння того, які потенційні ризики з нею пов'язані, потрібен час. В Україні обрали звичний шлях – все, що не зрозуміло, потрібно заборонити.

Так, НБУ, у своєму листі від 08.12.2014 визначає Bitcoin як «грошовий сурогат», який не має забезпечення реальною вартістю і не може використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це, на їхню думку, суперечить нормам українського законодавства.

Національний Банк абсолютно не збентежило те, що його позиція, як мінімум, суперечить положенням закону «Про Національний банк України». У законі визначено, що грошовий сурогат – це будь-які документи у вигляді грошових знаків, що відрізняються від грошової одиниці України, випущені в обіг не НБУ і виготовлені з метою здійснення платежів у господарському обігу. Проте технологічно криптовалюти далекі від поняття електронного документа, адже електронний документ – це документ, інформація в якому зафіксована у вигляді електронних даних, враховуючи обов'язкові реквізити документа.

У будь-якому разі криптовалюти – це перспективна технологія, і вона буде розвиватись, незважаючи на спротив чи нерозуміння. Кількість людей, які довіряють криптовалютам, постійно зростає, так само як і кількість тих, для кого це стало серйозним бізнесом. Правда, українські чиновники ще не готові до таких речей. Адже навіть на цьому етапі розвитку криптовалюти можуть скласти конкуренцію національній валюті щодо надійності чи навіть міжнародної валютної ліквідності. Але з іншого боку, сьогодні вже працюють декілька ініціативних груп спеціалістів IT-бізнесу, юристів та економістів, які розробляють відповідні нормативні ініціативи. Маємо надію на те, що бізнес-середовище зуміє знайти і запропонувати державі компромісні підходи, за якими криптовалюти в Україні будуть не маргінальним феноменом, а цивілізованим фінансовим інструментом.

© *Пищакова К.*

МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ І ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

Розвиток громадянського суспільства із самого початку тісно пов'язаний із засобами масової комунікації. Резонність розвитку політики в умовах поширення інноваційних інформаційних технологій зумовлює, що Інтернет «постає як сфера, вільного вибору власного типу зв'язку зі світом». В Інтернеті політичний актор виявляється включеним в комплекс комунікаційних потоків, за допомогою і завдяки яким функціонують системи: «людина – офіційні гілки влади», «людина – ЗМІ». Інтерації суспільства і структур

публічної влади розглядаються крізь призму складної ієрархії політичних відносин, процесів, методів, контролю і характеристик інтеракторів.

З точки зору В. Кикоть та Д. Грядового механізм взаємодії держави і громадянського суспільства – це закономірності, що складаються в процесі владного впливу на інститути громадянського суспільства і публічну владу для організації та координації їх діяльності з метою досягнення соціально-політичного діалогу [2].

Політичні комунікації, здійснювані за допомогою Інтернету, не повинні витіснити традиційні міжособистісні взаємодії, а навпаки, дозволяти громадянам збагачуватися новими знаннями та обмінюватися досвідом. В сукупності це дозволяє системі політичної комунікації оптимізувати і зрівноважити відносини між керуючою і керованими підсистемами і спростити соціальні інтеракції всередині громадянського суспільства. Комунікації громадських інститутів характеризуються великою кількістю типів контакту і специфічних властивостей, які залишаються стійкими, інваріантними, відносно незмінним в мережі. Д. Лур'є виділяє три форми комунікативних відносин в мережі, які можуть бути використані для типологізації технологій Інтернет-комунікації між владою і суспільством:

1. Тематична форма – Інтернет-користувач генерує політичні тексти, публікує думки, почуття і враження про політичні акції, політиків і громадські явища.

2. Комунікативна форма – виробляє адекватні можливостям Інтернет-середовища взаємодії з органами державної влади та управління, працює з політичними партіями, громадськими об'єднаннями, бере участь в політичних процесах через Інтернет.

3. Соціально-політична форма – інтегральна форма соціально-політичної участі, що дозволяє переходити до реальних соціальних взаємодій, використовувати реальну та Інтернет-участь [3].

Позначення форми соціально-політичної комунікації концептуалізуються діалогічністю комунікації влади і соціально активних громадян, що дозволяє на їх основі розглянути конкретні Інтернет-технології, що використовуються в політиці. Прикладом Інтернет-технологій, що дозволяють громадській та політичній системам взаємодіяти, є типологія Д. Войнова, сформована за аналогією з традиційними підходами до комунікації (конвенціональними і неконвенціональними). Відповідно до цієї типології до категорії «Інтернет-діалог» автор відносить такі форми участі громадян в політиці:

- створення і тиражування інформації в рамках персонального контенту (блоги, мікроблоги, чати, форуми, сайти) і розсилки її прихильникам, на адресу політико-адміністративних структур;

- участь в блогах, чатах, форумах і телеконференціях некомерційних організацій, органів і представників публічної влади;

- участь в Інтернет-голосуваннях, референдумах, соціопитуваннях;
- участь у виробленні програм, законодавчих ініціатив, проектів політичних рішень;
- участь у віртуальних з'їздах політичних партій;
- організація дій своїх прихильників для реалізації у вигляді реальних дій (мітинг протесту або підтримки, акції, флешмоб) [1].

Дані технології відкривають принципово нові можливості комунікації: роблять доступною політичну інформацію, спрощують отримання зворотного зв'язку, створюють інноваційні форми участі населення в політичному процесі, стають джерелом прозорості дій політичних інститутів і конкретних політиків. Політична суб'єктність громадян збільшується пропорційно кількості і якості використання позначених Інтернет-технологій взаємодії держави і громадянського суспільства.

Внаслідок того, що політичні комунікації держави і громадянського суспільства в Інтернеті характеризуються властивостями відкритості і демократичності (необмежений доступ), оперативності та інтерактивності, таргетингу (Інтернет-можливість індивідуального спілкування), коннективності (постійний контакт з затребуваними інформаційними потоками), мультимедійності, а також єдності засобів кодування інформації (цифрове кодування), трансляції (Інтернет) і різноманіття цільової орієнтації (Інтернет-користувачі, спільноти, суспільство, політична влада) Інтернет-технології використовуються в політиці як інструмент соціально-політичних змін.

Політологи М. Фіннемор та К. Сіккінк виділили в якості найперспективніших Інтернет-технологій сучасності політичні блоги. Блоги розкривають потенціал публічної сфери – громадяни можуть брати участь у повністю відкритих дебатах при повному доступі до інформації, в них неможлива однобока інтерпретація інформації [4]. Дослідження блогів як нового майданчика активності громадянського суспільства показало, що дискусійне ядро політичних і громадських блогів складається з чотирьох основних груп: обговорення новин, бізнесу і фінансів, соціального і політичного активізму. Блогери з політичної, громадської групи висвітлюють широкий спектр соціальних проблем за допомогою наступних технологій:

- обмін посиланнями політичної інформації;
- поширення політичних спам-блогів (фальшиві блоги, які створюються спеціально під пошукові системи з метою підвищення індексу цитування тієї чи іншої інформації);
- формування блогів політичних організацій (створення на сайті політичної партії, руху інтерактивної опції з метою спілкування з відвідувачами і збільшення частоти комунікації з ними);

- поширення політичних блогів-близнюків (трансляції одних і тих самих блогів в різні системи для збільшення кількості інформації певного контексту).

На наш погляд, доцільно акцентувати увагу на маловивченому типі Інтернет-технологій політичної спрямованості – Інтернет-активізм. Інтернет-активізм в політиці – форма прояву (здатність участі) політичної активності громадян за допомогою нових інформаційних технологій. Об'єктивізація вивчення технологій Інтернет-активізму в політиці зумовлюється вибором в себе позначених способів політичної взаємодії – індивідуально групових, інтенсивно-пасивних, протестних або підтримуючих, а також можливістю політичної Інтернет-участі громадян.

Визначальним фактором Інтернет-технологій в активізації механізму взаємодії влади та суспільства є поєднання процесів організації відносин свободи і підпорядкування, конфлікту та співпраці. Слід також зазначити, що закономірності формування громадянського суспільства в контексті синтезу процесів соціальної самоорганізації та організації в соціальній системі поки не є достатньо дослідженими.

Таким чином, політичний аналіз теоретичної сутності основних типів Інтернет-технологій в політичній комунікації влади і суспільства підтверджує, що громадянське суспільство, яке формується на їх основі, набуває міжтериторіального, глобального характеру. Інтернет-технології надають політичним акторам додаткові можливості підвищити не тільки свій управлінський статус, але і владну суб'єктність. Однак розвиток інститутів громадянського суспільства безпосередньо залежить від ступеня активності громадян і підтримки їх з боку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Войнов Д. А. Интернет-диалог власти и общества в современной России / Д. А. Войнов. – Шуя : Весть, 2007. – 187 с.
2. Грядовой Д. Социальное управление. Теория, методология, практика / Д. Грядовой, В. Кикоть. – М. : Юнити, 2009. – 312 с.
3. Лурье Д. А. Интернет-участие граждан в политике как механизм взаимодействия государства и гражданского общества в современной России / Д. А. Лурье. – М. : РАН, 2011. – 222 с.
4. Finnemore M. International Norm Dynamics and Political Change [Electronic source] / M. Finnemore, K. Sikkink // International Organization. – 1998. – № 4. – Access mode : http://www.jstor.org/stable/2601361?seq=1##page_scan-tab_contents.

COLLABORATIVE OSINT

Відкрите співробітництво стає джерелом можливостей для вирішення різноманітних практичних завдань. Одним із напрямів застосування переваг відкритого співробітництва є використання генерованого його учасниками контенту з метою дослідження взаємозв'язку між різними об'єктами й подіями. Сьогодні, завдяки активності користувачів соціальних мереж, формуються масиви даних, достатні для того, що

б зробити достовірні висновки про діяльність як самих учасників соціальних взаємодій, так і пов'язаних з ними суб'єктів, що може бути успішно використано для досягнення цілей розвідки. Сьогодні є добре відомою така дисципліна як розвідка на основі відкритих джерел (Open source intelligence, OSINT), що включає пошук, збір і аналіз інформації, отриманої із загальнодоступних джерел. Такими джерелами є, наприклад, соціальні мережі, які вже сьогодні забезпечують достатню кількість матеріалу для проведення ефективних аналітичних досліджень у різних сферах (можливості використання потенціалу соціальних медіа в політичному аналізі узагальнено, наприклад, у роботі С. Штігліца й Л. Дан-Сюаня (2012) [5]. У практиці використовуються ефективні інструменти аналізу матеріалів з соціальних медій, як-от Crimson Hexagon, американська компанія, що спеціалізується на аналітиці в соціальних ЗМІ. У бібліотеці даних цієї компанії – більш ніж 500 мільярдів повідомлень у соціальних медіа (документи з соціальних мереж, таких як Twitter і Facebook, а також блогів, сайтів форумів, і новин [4].

Проте концепція OSINT вказує лише на загальнодоступність джерела (на відміну від секретних джерел та джерел з обмеженим використанням), і не пов'язана безпосередньо з поняттям open source або public intelligence. Такий підхід, наприклад, лежить в основі OSINT, що застосовується у практиці ЦРУ, у рамках якого з листопада 2005 р. функціонує DNI Open Source Center (OSC). OSC забезпечує отримання необхідної інформації з Інтернет, традиційних ЗМІ (наприклад, телебачення, радіо, газети, журнали), спеціалізованих журналів, матеріалів конференцій, фотографій, джерел геопросторової інформації (наприклад, карти і комерційні знімки).

Не зважаючи на те, що розвідка завжди отримувала основну масу інформації саме з відкритих джерел, суть OSINT радикально змінюється із поширенням відкритого співробітництва на основі інформаційно-комунікаційних технологій. Не випадково, що створення в ЦРУ підрозділу OSC співпало в часі саме з появою і швидким розгортанням соціальних мереж.

Ми говоримо про появу такого напрямку в OSINT, який пов'язаний з діяльністю незалежних генераторів контенту в мережі Інтернет (учасники соціальних мереж, блогери,

автори фото- і відеоматеріалів на популярних медіаплатформах тощо. Також у мережі є достатньо суб'єктів, зацікавлених у тематичному зборі й аналізі інформації, які діють самостійно чи об'єднуються у співтовариствами за інтересами, які діють часто на основі вільного зацікавлення. Прикладом може бути діяльність Еліота Хігінса (народився у 1979 р.), відомого свого часу під псевдонімом Браун Мойсей (Brown Moses), – британського журналіста і блогера, який використовує для своїх досліджень відкриті джерела та соціальні ЗМІ. Хігінс найбільше відомий тим, що відкрив популярний проект Bellingcat, завдяки якому концентрує надзвичайно актуальні знання про війну в Сирії, російську військову інтервенцію в Україні і такі окремі події як збитий літак рейсу Malaysia Airlines Flight 17.

Хігінс працює, в основному, шляхом моніторингу більше як 450 каналів YouTube, щодня шукаючи зображення зброї та відстежуючи, де і коли, за яких обставин з'являються її нові зразки. Сам журналіст не має досвіду користування або навчання у сфері озброєнь і є повністю самоучкою, заявивши таке: «До арабської весни я не знав більше про зброю, ніж власник середньої Xbox. У мене не було ніяких знань, окрім того, що я дізнався від Арнольда Шварценеггера і Рембо» [6]. Він не говорить і не читає арабською. Але саме він першим повідомив про те, що уряд Сирії застосовує проти цивільного населення т. зв. «Бочкові бомби» великої потужності, що скидаються на житлові квартали з вертольотів, а також факти застосування урядом Асада касетних бомб, що останнім до цього наполегливо заперечувалось. Також розслідував випадки застосування урядовими силами хімічної зброї.

Аналіз систем озброєнь сирійського уряду, виконаний Хігінсом у вільний час в якості хобі, виявився настільки успішним, що незабаром на нього стала посилалися преса і правозахисні групи; на основі даних Хігінса був зроблений запит в британському парламенті.

У липні 2014 р. Хігінс запустив вебсайт під назвою Bellingcat з метою об'єднати зусилля цивільних журналістів у розслідуванні поточних подій за відкритими джерелами, таким як відео- та фото-матеріали, супутникові знімки тощо. Серед інших проектів, Bellingcat розслідував катастрофу Боїнга 777 у Донецькій області, встановивши, що ракету, яка збила літак, випущено з установки ЗРК «Бук-М» з 53-ї бригади ППО РФ, що базується в Курську.

До методики Хігінса входять і використання даних геолокації, і візуальні маркери на зображеннях й інтерпретація супутникових знімків, що доступні вільно, відео, карти та іншу інформацію з відкритим кодом. Також повідомляється про використання спеціалізованих засобів автоматизованого аналізу, наприклад інструмент «Аналіз метаданих і рівня помилок» (Error Level Analysis, ELA).

На початку січня 2016 р. Bellingcat оголошує про встановлення імен 20 російських військових, які обслуговували зенітно-ракетний комплекс і отримали наказ на пуск ракети, про що Еліот Хіггінс розповів в інтерв'ю DW [1]. Експертна група Bellingcat склала уточнений список 20 російських військовослужбовців, безпосередньо причетних до краху літака «Малайзійських авіаліній». Відповідна доповідь з докладною інформацією про кожного з військових передана прокуратурі Нідерландів. У відомстві обіцяли уважно вивчити отримані матеріали і, можливо, долучити їх до розслідування.

За словами Хіггінса: «Для початку ми ідентифікували зенітно-ракетний комплекс «Бук», який, на нашу думку, випустив 17 липня ракету, що збила малайзійський авіалайнер рейсу МН17. По знімках, зроблених російськими громадянами в проміжку між 23 і 25 червня, ми змогли розпізнати його у військовій колоні, що рухалася в той момент по території РФ. Нам вдалося встановити, звідки йшов цей конвой: це була п'ятдесят третя зенітно-ракетна бригада під Курськом. Після цього ми почали шукати всю інформацію про цей підрозділ, наявну в інтернеті. Багато військовослужбовців цієї бригади викладали інформацію в своїх профілях у соцмережах. Ми вивчили сотні, якщо не тисячі, профілів у пошуку людей, що мають відношення до справи. Встановили особи тих, хто був у цьому конвої, їх роль в бригаді. Після цього ми встановили, хто з найбільшою ймовірністю був безпосередньо причетний до запуску ракети, яка збила літак: командирів, які, ймовірно, і отримували наказ на пуск ракети, водіїв і операторів ракетної установки. У підсумку ми змогли виділити цю невелику групу людей. Ми вивчили їх сторінки, де вони викладали пости, обговорювали свою роботу. Деякі навіть викладали фотографії журналу чергувань на літні місяці 2014 року, де були перераховані всі військовослужбовці їх підрозділів. На підставі цього ми можемо судити про те, хто був задіяний, а хто – ні» [3].

По суті, можна говорити про особливу форму розвідки на основі відкритих джерел, яка базується на відкритому співробітництві – Collaborative OSINT або COSINT. Очевидно, його значення зростає, чому підтвердженням можна навести слова директора OSC ЦРУ (Douglas J. Naquin): «Організація, яка інвестує в open source сьогодні, те саме що, людина, яка інвестувала в Google протягом першого року. OSINT завжди був невід'ємним компонентом в розвідці, але протягом п'яти років, я вважаю, що його цінність може тільки зростати. Організація з високою оцінкою вартості і потенціалу OSINT буде найбільш ефективною в майбутньому» [2]. Очевидно, автор цитати мав на увазі передусім те, що можемо назвати COSINT.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bellingcat о трагедии МН17: Установлены личности управлявших «Буком» (January 5, 2016) // *Deutsche Welle (Russian)*. – Retrieved 5 January 2016.

2. INTelligence: Open Source Intelligence [Electronic resource]. – Available at : <https://www.cia.gov/news-information/featured-story-archive/2010-featured-story-archive/open-source-intelligence.html> Posted: Jul 23, 2010 02:17 PM
3. MH17 – The Open Source Evidence – Final_ru.docx. *Bellingcat* [Electronic resource]. – Available at : <https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2015/10/08/mh17-the-open-source-evidence/>
4. Rohr, Erin (September 23, 2014). «Crimson Hexagon Indexes 500 Billion Social Media Posts For On-Demand Consumer Insight» // *Reuters*. – Retrieved 12 January 2016.
5. Stieglitz Stefan, Dang-Xuan Linh (13 July 2012) “Social media and political communication: a social media analytics framework”. *Springer-Verlag*.
6. Weaver, Matthew. How Brown Moses exposed Syrian arms trafficking from his front room // *The Guardian*. – 21 March 2013.

СЕКЦІЯ 4

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ

УДК 37.018.43:004(4)

© *Пелипенко І. В., Миронова О. І.*

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ОСВІТИ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІ

Актуальністю тематики є спрямованість діяльності суспільства, що засноване на знаннях, — постійне їхнє примноження, здатність опановувати, генерувати і використовувати нові знання. Отже, високоякісна освіта для всіх є провідним напрямком розвитку інформаційного суспільства сьогодення, до якого залучаються всі категорії і прошарки населення. Тільки в цьому випадку досягається баланс максимального використання всіх переваг інформаційного суспільства. Така освіта в інформаційному суспільстві — це безупинний процес, що забезпечується комплексом умов для постійного оновлення знань за допомогою мережі Інтернет.

Метою роботи є порівняння особливостей та тенденцій системи освіти в Інтернеті в ЄС та Україні.

Для перетворення Європи на регіон з найбільш конкурентоздатною та динамічною економікою, заснованою на знаннях та інформації, Європейська комісія розробила об'ємну стратегію відому як план «Електронна Європа» (eEurope) [6].

Серед десяти пріоритетних напрямків ініціативи «Електронна Європа», покликаній забезпечити трансформацію європейського індустріального суспільства до інформаційного, серед перших названі напрями «Європейська молодь у цифровому столітті» і «Швидкий Інтернет для дослідників і студентів».

Відповідно до цих напрямів у нинішньому цифровому столітті, по-перше, сфера освіти набуває ще більшого значення, оскільки потрібно налагодити навчання нових поколінь розробників, дослідників і провайдерів, а також надати можливість кожному громадянину відігравати активну роль в інформаційному суспільстві; по-друге, Інтернет дозволяє реалізувати абсолютно нові підходи до навчання у вигляді організації системи так званого «е-освіти», коли студентам представляється доступ в онлайн режимі до сайтів з академічними і науковими матеріалами.

Серед параметрів, за якими оцінюється ступінь виконання програми «Європейська молодь у цифровому столітті», виділяють: кількість комп'ютерів на 100 школярів, кількість комп'ютерів з підключенням до Інтернету на 100 школярів, відсоток учителів, які регулярно використовують комп'ютери у викладанні некомп'ютерних дисциплін та відсоток працездатного населення, що володіє базовими комп'ютерними навичками.

У країнах Євросоюзу вже багато чого зроблено, щоб зорієнтувати шкільну освіту на підготовку громадян інформаційного століття, і мета цієї ініціативи полягає у прискоренні процесу, перетворення цифрової літератури в основну інформаційну базу для навчання молоді. Європейська ініціатива охоплює три головні напрями [3 с.113-133]:

- 1) вдосконалення Інтернету та мультимедійних ресурсів;
- 2) використання цих ресурсів для навчання та освоєння нових професій;
- 3) розвиток ключових навичок спільної роботи, адаптованості, творчого підходу до справи, прагнення до розширення знань, а також міжкультурних комунікацій.

В останні роки увагу вчених привернули мультимедійні технології (ММТ). Під мультимедійною технологією розуміємо технологію, яка окреслює порядок розробки, функціонування і застосування засобів обробки інформації різних модальностей. Говорячи про різні аспекти використання ММТ в освіті, автори обмежуються розглядом питань використання технічного засобу навчання або комп'ютерно орієнтованого засобу навчання «нового» покоління, якому притаманні характерні ознаки: можливість об'єднання інформації, представленої в різних формах (текст, звук, графіка, відео, анімація) та інтерактивний режим роботи з інформацією. Дослідження феномена «мультимедіа» в освіті багатоаспектні: мультимедіа як засіб підвищення ефективності навчання в загальноосвітній школі [2 с.19-22], застосування засобів мультимедіа у процесі навчання фахівців, мультимедіа як засіб навчання та інструмент, за допомогою якого розробляються педагогічні програмні засоби [1 с.77-89].

Інтернет надає виключно широкі можливості для дослідницької роботи і дозволяє реалізувати абсолютно нові підходи до навчання у вигляді організації системи так званого «е-освіти», коли студентам надається доступ в он-лайн режимі до сайтів з академічними та науковими матеріалами. Спілкування за допомогою електронної пошти та передача інформації через Інтернет стали ключовими елементами академічної і професійної життя.

Тим не менш онлайн співробітництво в Європі поки не ввійшло в повсякденну практику. Окремі держави Євросоюзу модернізували свої дослідницькі та освітні мережі, але щільність з'єднань в межах Євросоюзу змінюється від країни до країни. В результаті багато дослідників і студентів позбавлені можливості спілкуватися зі своїми колегами, що, в свою чергу, обмежує і пан'європейське співробітництво, оскільки користувачі не в змозі реалізувати потенціал цифрового спілкування в повній мірі.

Швидкий Інтернет особливо ефективний як засіб організації та проведення спільних інтерактивних досліджень, коли його учасники географічно віддалені один від одного. В цьому випадку вони отримують можливість колективно користуватися даними або інструментами для генерації нових знань; ця технологія знаменує собою появу нової форми

наукової роботи, названої «е-дослідження». Для підтримки такого роду досліджень потрібно надати кінцевим користувачам мультимедійні комунікації гарантованої якості, забезпечити розробку інноваційного контенту, а також методів і засобів для демонстрації досягнень віртуальних колективів та інститутів.

Отже, програма ЄС «Європейська молодь у цифровому столітті» покликана вирішити ряд досить важливих питань, таких як: швидкий доступ до різноманітних інформаційних ресурсів школярів та студентства; використання швидкого онлайнового спілкування дослідників та науковців, що сприятиме їхній адаптації до світового банку знань; забезпечення молодих непрацевдатних осіб робочим он-лайн місцем; підготовка висококваліфікованих та усебічно обізнаних фахівців ІТ-сфери. Нині ці питання є на часі й для нашої держави, що зумовлює актуальність дослідження досвіду європейських країн.

Вже сьогодні українським викладачам можна було б вносити зміни в якість освіти експериментальним шляхом включення курсів, які розроблено колегами за кордоном до стандартної програми навчання. Декілька з них є вже в перекладі українською мовою, як наприклад, курс Стіва Бланка з технологічного підприємництва на платформі Udacity. Засновники найбільших на сьогодні незалежних платформ онлайн курсів американських університетів Coursera та Udacity, почали з викладання курсу Стендфорду «Штучний інтелект» для більше ніж 100 тисяч студентів з усього світу. Його завершили близько 50 тисяч, але й це більше ніж загальна кількість студентів в КНУ ім. Шевченка.

Побачивши інтерес до так званих МООС (перекл. укр - масивні відкриті онлайн курси) тисячі студентів з усього світу, викладачі-підприємці зрозуміли, що мільйони людей, які не зможуть навчатися в Стенфорді через нестачу коштів, віддаленність та інші причини, могли би отримати знання з цього курсу онлайн на незалежних чи афілійованих платформах та змінити своє життя вже зараз. Одна платформа може містити стільки курсів, скільки вистачить снаги у професорів. Кожен освітній курс, який здебільшого заснований на самостійній роботі, вирішенні задач і обговореннях в чатах, може зібрати сотні тисяч учнів.

За статистикою 2010 року кожен шостий американський студент очної форми навчання використовував онлайн курси у тій чи іншій мірі. Витрати на створення курсу онлайн є майже такими, як на очне викладання, а от вартість передачі та обробки знань студентам з кожною новою тисячею учасників класу наближується до мінімальної. Кожен курс у Гарварді коштує приблизно 4-7 тисяч долларів, а курси Гарварду, які сьогодні пропонуються на EdX є безкоштовними для тих у кого є комп'ютер та доступ до мережі інтернету.

В Україні розвиток систем дистанційного навчання знаходиться на початковій стадії запровадження. Використання дистанційної освіти здійснюється переважно у складі звичайної освіти.

За допомогою систем дистанційного навчання навчальні матеріали, що оформляються у вигляді «модулів» – тематичних одиниць курсу. Модулі розроблюються колективом висококваліфікованих спеціалістів у складі якого – вчені, педагоги, програмісти, дизайнери, психологи. Система надає широкі можливості по створенню навчальних курсів. Готовий курс розміщується на веб-сторінці, з додатком способів самотестування, а контактування із студентом здійснюється за допомогою інтерактивних засобів (відео-, аудіо-зв'язок, звичайний чат) або електронної пошти. Для проведення інтерактивних віртуальних занять або презентацій використовуються спеціальні програми, такі як iBoard. Turkul.net.

За ступенем використання систем віртуальної освіти в Україні можна визначити три напрямки:

Навчальні заклади, вся робота яких будується виключно на інтернет-технологіях. Через Інтернет можна повністю забезпечити процес навчання: вибір навчального курсу, його оплата, заняття із студентами, передача контрольних завдань та їх перевірка, а також складання проміжних і підсумкових іспитів. Такі учбові центри називаються віртуальними університетами, але їх, поки що, не так багато. Цей напрямок тільки починає активно запроваджуватись, але переваги його використання є безперечними.

Найбільш численний напрямок складають навчальні заклади, що поєднують різні традиційні форми денного і дистанційного навчання з технологічними інтернет-нововведеннями. Наприклад, деякі вищі навчальні заклади частину своїх програмних курсів переводять у віртуальну форму, зокрема, створюють лінгафонні класи для навчання іноземним мовам без викладача. У свою чергу, центри дистанційного навчання, хоч і спираються на інтернет-технології, але в той же час не відмовляються від практики проведення очних екзаменаційних сесій. У будь-якому випадку, комп'ютеризованою буде тільки частина процесу [5 с. 33-39].

Навчальні центри, для яких Інтернет служить лише внутрішнім комунікаційним середовищем. Вони можуть створювати для себе сайти-візитівки, на яких розміщують інформацію про навчальні програми (плани), семінари, розклад студентських занять, університетські новини, фотографії і віртуальні екскурсії, а також бібліотечні каталоги. По суті, це всього лише реклама традиційних вищих навчальних закладів, що сама по собі не несе ніякого освітнього навантаження.

Програмний засіб «Віртуальний Університет», розроблений професійною командою випускників кафедри АСОІУ ФІОТ НТУУ «КПІ», створено на основі сучасних веб-технологій з метою використання можливостей віртуального навчального центру у закладах освіти України для навчання учнів, студентів та викладачів. У своїй роботі «Віртуальний Університет» керується принципами надійності, ефективності та гнучкості, що дозволяє

адаптувати віртуальний навчальний центр під будь-які вимоги замовника і забезпечити найбільшу ефективність та високий рівень якості і оперативності [4, с. 10-16].

Висновки. Отже, дистанційна освіта є важливою частиною стратегії вищих навчальних закладів. Електронне навчання сьогодні являється дзеркалом, у якому відображається застосування нової інформаційної технології у сфері освіти. Вона є шляхом підвищення престижності та модернізації вищої освіти в Україні.

На нашу думку, українським ВНЗ варто підтримувати сприяння відкритості й розвитку суспільства відповідно до світових та європейських стандартів шляхом залучення інтелектуальних інвестицій за допомогою новітніх ІКТ, фахівців та науковців різноманітних галузей науки задля всесвітнього обміну науковими працями та дослідженнями і досвідом із ключових питань суспільного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильченко І. Удосконалення та реформування освітньої системи у провідних країнах світу / І. Васильченко, З. Васильченко // Вища школа. – 2009. – № 5.
2. Іванюк І. В. Комп'ютерно орієнтоване навчальне середовище в умовах організації дистанційної освіти в школах зарубіжжя / І. В. Іванюк // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2013. – № 7.
3. Макух-Федоркова І. Канадська модель впровадження медіаосвіти в контексті сучасної освітньої політики / І. Макух-Федоркова // Аналітика. Прогнози. Інформаційний менеджмент : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України [та ін.] ; [редкол.: В. І. Бортніков та ін.]. – Чернівці, 2011. – Вип. 1 : Міжнародний інформаційний дискурс: аналітичні оцінки та практика.
4. Онкович Г. Віртуальний інтегрований простір знань і засоби медіаосвіти / Г. Онкович // Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Полтав. нац. пед. ун-т ім. В.Г. Короленка ; [редкол.: М. Степаненко (голов. ред.) та ін.]. – Полтава, 2010. – Вип. 2.
5. Федоров А. В. Медиаобразование в Британии, Северной Ирландии, Шотландии в начале XXI века / А. В. Федоров, А. А. Новикова // Медиатека и мир. – 2008. – № 2.
6. eEurope [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://europa.eu.int/information_society/eeurope/index_en.htm.

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ В ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ОСВІТНІЙ ПРОСТІР

Освіта – це основа розвитку будь-якої країни. Збудувати сучасну державу з конкурентоспроможною економікою та високим рівнем життя можливо, тільки маючи розвинену систему освіти. У ХХІ ст. тільки стратегічно облаштована сфера освіти дозволить Україні набути власне обличчя, донести до світу вістку про себе та здійснити справжній внесок у розвиток людства. Актуальність теми роботи визначається тим, що сьогодні освіта в Україні повинна трактуватись як сфера стратегічних інвестицій, через які закладається фундамент майбутнього розвитку країни.

Мета роботи полягає у дослідженні сутності та проблем євроінтеграції України в європейський освітній простір.

Нині у державній політиці України завдання стратегічного розвитку освіти і науки, як вкрай важливої умови економічного, політичного прориву та європейської інтеграції, мають другорядний статус. Освіта трактується як соціальна, невиробнича та затратна сфера, а не як сфера стратегічних інвестицій. Сфера освіти та науки України організована «по-радянськи», втрачаючи переваги колишньої освіти СРСР – успадковуються всі її негативні риси та недоліки.

Класична вітчизняна парадигма навчального процесу «суб'єкт – об'єкт» має трансформуватись у західну парадигму: «суб'єкт – суб'єкт», коли студентам надаються повноваження у виборі курсів для вивчення та виборі викладачів, що відповідає потребі суспільства у самостійних особистостях, які здатні проявляти ініціативу та приймати рішення. Спрямованість освіти України до європейської ускладнюється відсутністю єдиного освітнього простору, створення якого необхідно для подальшого розвитку вітчизняної освіти [15].

Процес європейської інтеграції не обмежується лише політичними та економічними факторами: він охоплює всі сфери суспільного життя: економічну, політичну, правову, наукову, культурну, освітню. Більше того, саме гуманітарний розвиток суспільства є головною передумовою і запорукою успішного просування в цьому напрямі [13]. Серед інших чинників інтеграція в освітній сфері виступає одним із найважливіших – довгостроковим чинником усього процесу. Адже саме освіта значною мірою закладає погляди, цінності, способи сприйняття й інтерпретації світу тощо. Тому близькість чи принаймні співмірність освіти має стати ефективним стимулятором процесу європейської інтеграції на тривалу перспективу [14].

Поєднання зусиль країн Євросоюзу в сфері освіти отримало значний поштовх 2000-го року, коли було ухвалено Лісабонську стратегію: широку програму реформ, спрямовану на економічне зростання та зайнятість. У 2009 р. було прийнято стратегію європейського співробітництва у сфері вищої освіти та тренінгів, розраховану на період до 2020 р. [1]. Однією з освітніх цілей Євросоюзу є досягнення того аби частина людей віком 30–34 років із вищою освітою сягала щонайменше 40%. Співробітництво в рамках ЄС в сфері освіти базується на спільному визнанні державами-членами того, що якісні знання й висока кваліфікація громадян ЄС є його надзвичайно цінним активом [2].

Євросоюз приділяє велике значення освітнім процесам не лише в 28 його державах-членах, а й у Європі в цілому. Свідченням цього є його увага до Болонського процесу – загальноєвропейської стратегії реформування вищої освіти. Вона зосереджується на трьох складових: переході вищих навчальних закладів на трициклічну структуру (бакалавр-магістр-доктор); забезпеченні якості вищої освіти; визнанні кваліфікацій та періодів навчання, здобутих студентами у різних вищих навчальних закладах Європи. Участь у Болонському процесі беруть нині 46 європейських держав, серед них і Україна.

Динамізм розвитку Європейського Союзу на початку 2000-х років обумовив швидке просування освітніх реформ, які продемонстрували свою привабливість і перспективність для країн Центральної та Східної Європи [3]. Впродовж 2002–2005 рр. прогресивна частина академічної спільноти України переконалась в необхідності якнайшвидшого входження в Болонський процес. Приєднанню України до нього (2005 рік) передувало проведення широких освітніх експериментів, які мали напрацювати моделі гармонізації національного та європейського освітніх просторів [4; 7].

Приєднання України до Болонського процесу обумовило необхідність швидкого запровадження низки системних та структурних змін у вищій освіті відповідно до рекомендаційних документів міністерських конференцій його країн-учасників.

Ключовим інструментом запровадження інновацій в країнах Європи стало ухвалення нового законодавства про вищу освіту. Це знайшло своє відображення у формуванні національної освітньої політики нашої країни. В основі нового Закону України «Про вищу освіту», який вступив у дію 6 вересня 2014 р. – лежить ідея університетської автономії, насамперед, в академічній, організаційній та фінансовій сферах [5].

У 2015 р. Україна стала асоційованим членом Рамкової програми Європейського Союзу з досліджень та інновацій «Горизонт 2020». Рамкова програма підписана 20 березня 2015 р. та ратифікована Законом України № 604-VIII від 15 липня 2015 р., набрала чинності 17 серпня 2015 р. [12].

Дане членство надало українським учасникам рівноправний статус із їхніми європейськими партнерами, а також відкрило можливості впливу на формування змісту Програми.

«Горизонт 2020» – це найбільша програма Європейського Союзу з фінансування науки та інновацій із загальним бюджетом близько 80 млрд. євро, розрахована на 2014–2020 рр. [10].

Програма сконцентрована на досягненні трьох головних завдань:

- зробити Європу привабливим місцем для першокласних науковців;
- сприяти розвитку інноваційності та конкурентоспроможності європейської промисловості та бізнесу;
- за допомогою науки вирішувати найбільш гострі питання сучасного європейського суспільства [6; 8].

Згідно зі статистичними даними за період 2014–2015 рр. від України подано 394 заявки для участі у конкурсах програми «Горизонт 2020», із них 42 заявки підтримано з подальшим фінансуванням на загальну суму 7 068 199 євро. Найбільша кількість заявок було подано за напрямками: Marie-Sklodowska-Curie Actions – 73 (рівень успішності 17.81%), Europe in a changing world –inclusive, innovative and reflective societies – 91 (рівень успішності 5.49%), Climate action, environment, resource efficiency and raw materials – 27 (рівень успішності 18.52%), Secure, clean and efficient energy – 26 (рівень успішності 19.23%), Space – 20 (рівень успішності 15 %). За програмою Євратом (2014–2018) подано 6 заявок (рівень успішності 16.67%). У цілому рівень успішності українських організацій у програмі «Горизонт 2020» становить 10.36% [9].

Висновки. Європейський Союз досягає мети – працювати задля миру й добробуту їхніх громадян – через дедалі тіснішу інтеграцію у різних сферах, які регулюються загальноєвропейськими законами та нормами, дотримання яких пильно відстежує Європейська Комісія. Водночас низка сфер належать до виняткової компетенції держав-членів. Серед них і освіта. Проте роль Європейського Союзу в ній велика й дедалі вагоміша. ЄС координує освітні процеси у державах-членах, допомагає їм ділитися кращим досвідом, сприяє освітній мобільності студентів і викладачів, підтримує партнерські зв'язки між вищими навчальними закладами різних країн. Із союзного бюджету фінансуються освітні програми, участь у яких можуть брати громадяни держав-членів та освітні установи.

У сучасному світі розвиток України визначається у загальному контексті європейської інтеграції з орієнтацією на фундаментальні цінності західної культури. Для України у культурно-цивілізаційному аспекті європейська інтеграція – це входження до єдиної сім'ї європейських народів. Але цей інтеграційний процес передбачає проведення необхідних змін

у різних галузях нашого суспільства, зокрема освітньої, в якій є необхідність упровадження європейських норм і стандартів із метою визнання на європейському ринку праці українських спеціалістів і підвищення їхньої конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Болонський процес у фактах і документах (Сорбонна–Болонья–Саламанка–Прага–Берлін) / М. Ф. Степко, Я. Я. Болюбаш, В. Д. Шинкарук, В. В. Грубінко, І. І. Бабін. – Тернопіль: Вид-во ТДПУ ім. В.Гнатюка, 2003. – 56 с.
2. Велика хартія університетів (Болонья,1988) // Болонський процес: Документи. – К., 2003. – С. 7–9.
3. Журавський В. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти / В. С. Журавський, М. З. Згуровський. – К. : Політехніка, 2003. – 200 с. Глава 2. Болонська декларація та основні документи щодо втілення її принципів. – С. 15–79.
4. Журавський В. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти / В. С. Журавський, М. З. Згуровський. – К. : Політехніка, 2003. – 200 с. Глава 5.1. Створення Європейського простору вищої освіти. – С. 100–110.
5. Імплементация Закона Украины «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://osvita.gov.ua/?cat=5>
6. Корсак К. Наука й освіта на теренах об'єднаної Європи: [Цифри] / К. Корсак, Л. Юрчук // Науковий світ. – 2003. – № 11. – С. 6–7.
7. Мінецька І. Глобальна інтеграція в освіті:[Міжнародна конференція «Глобальна інтеграція програм дипломованого спеціаліста GIGP 2003»] / І. Мінецька // Освіта України. – 2003. – 28 жовтня. – С. 4.
8. Навчайся в Європі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mobility.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/01/education-in-eu_uk.pdf
9. Офіційний сайт МОН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/content/Новини/2016/03/23/horizon-2020-na-sait.docx>
10. Офіційний сайт МОН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/mizhnarodni-zvyazki/uchast-u-programax-es-erazmus-ta-gorizont-2020/gorizont-2020.html>
11. Офіційний сайт МОН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/usl-novivni/novini/2016/03/21/aktualni-pitannya-realizacziyi-uchasti-ukrayini-u-programi-«gorizont-2020»/>
12. Офіційний сайт Запорізької медичної академії післядипломної освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zmapo.edu.ua/index.php/news/324-zakon-vo>

13. Поберезька Г. Болонський процес як засіб об'єднання та осучаснення європейської вищої освіти / Г. Поберезька // Нові технології навчання. – К., 2004. – Вип. 36. – С. 254–262.
14. Рудавський Ю. Реалії та проблеми інтеграції вищої школи України в Європейський освітній та науковий простір (На прикладі «Львівської політехніки») / Ю. Рудавський // Вища школа. – 2004. – № 1. – С. 45–49.
15. Сидоренко С. Формування Європейської зони вищої освіти (Чи наздоженемо «Болонський потяг»?) : [Характеристика положення «Великої хартії університетів» та Болонської декларації. Участь університетів України у реалізації положень Болонської декларації] / С. Сидоренко // Вища освіта України, – 2004. – № 1. – С. 27–35.

УДК 327.39 (477)

© Рудянин І.П., Яцечко-Блаженко Т.В.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Протягом усієї історії російсько-українських відносин, спостерігається прагнення Москви забезпечити і здійснювати вплив на Україну, взяти під контроль найважливіші державотворчі процеси, які формують сутність нашої держави, визначають її місце і роль в системі міжнародних відносин.

Так сталося, що завдяки «Майдану», українська держава стала відроджуватись по новому, як незалежний і самостійний суб'єкт, який прагне позбутись впливу «північного сусіда» і якісно інтегруватись в середовище високорозвинених європейських держав. Однак, досягненню вказаних намірів продовжує заважати Кремль очолюваний В.В. Путіним.

Ще з минулих часів, і до наших днів Москва використовує і продовжує застосовувати методи терору (фізичне знищення людей і територій) для досягнення своїх геополітичних цілей. Одним із головних її дієвих механізмів є війна з подальшим силовим захопленням або відчуженням території [1, с. 35; 5, с.13].

Першим прикладом незаконного втручання у внутрішні справи зарубіжної країни слід розглядати Молдовсько-Придністровський конфлікт середини 90-х років минулого століття, де ініціатором сепаратистського референдуму став Кремль. Внаслідок короткотермінової війни, було знищено майже усю інфраструктуру регіону, десятки тисяч біженців покинули рідні домівки і переїхали жити в сусідню Україну та Румунію, хоча переважну більшість етнічного населення в ПМР становлять саме українці. І навіть зараз ПМР є кризовим регіоном, невизнаною республікою яка не може мати офіційні взаємовідносини з іноземними країнами окрім декількох держав (в першу чергу з РФ та її сателітами). В цілому, ПМР до цього часу вважається територією так званого «замороженого конфлікту», що не передбачає жодних позитивних перспектив для її населення.

Іншим, не менш яскравим прикладом російського втручання у внутрішні справи іноземної держави стала розпочата РФ в серпні 2008 року війна в Грузії, внаслідок якої суверенна православна країна втратила 1/6 своєї території, де процвітають беззаконність, корупція та шахрайство (від'єднання Абхазії та Осетії від Грузії).

Подібними методами керівництво РФ намагається вплинути на розвиток України і зруйнувати усі перспективи поступової інтеграції Києва в ЄС. Так само як і в ПМР, в Грузії, Москва спочатку вдалась через призму псевдо-референдумів до захоплення окремих територій АРК та Донбасу, попередньо розхитавши внутрішньополітичну ситуацію у зазначених місцях, згодом анексувала український півострів та захопила під маскою «ополчення» окремі райони Донецької та Луганської областей.

Події в Криму та подальша його анексія стали наслідком як агресивних дій РФ, які суперечать всім нормам міжнародного права, так і результатом злочинної діяльності влади В.Януковича. Цілковита підпорядкованість вказівкам Кремля, наявність осіб з російським громадянством на вищих державних посадах в Україні, занедбана армія, корупція, ігнорування соціально-економічної ситуації в державі (у т.ч. в АРК) призвели до назрівання протестних настроїв в суспільстві, чим скористалась Москва.

До вторгнення російських окупаційних військ до Криму його територія була безпечним та мирним місцем для відпочинку, до якої приїздило близько шести мільйонів відпочиваючих. Сьогодні російська окупація принесла півострову хаос, нестабільність, фінансові збитки від зменшення кількості відпочиваючих та зриву курортних і туристичних сезонів. Обмеження і утиски прав нацменшин (в першу чергу татарів) прискорило фактичний занепад півострова, у розвиток якого російська сторона не вклала жодної копійки.

На сьогоднішній день питання Криму не є виключенням. Росія ніколи не приховувала свого "особливого" ставлення до півострова і протягом усього часу незалежності України проводила політику, спрямовану на поступове відторгнення АРК. Протягом тривалого періоду часу їй це не вдавалось, однак за допомогою проросійського лобі у найвищих ешелонах української влади Кремль забезпечив собі перебування ЧФ РФ на території півострова, що дало змогу здійснювати політику русифікації АРК, і посилювати антидержавні настрої серед кримчан. В результаті комплексних заходів, виконання яких забезпечували у т.ч. російські спецслужби, РФ анексувала півострів і згодом приєднала його до свого складу знову ж таки через «референдум».

Технологія референдумів для Росії є нічим іншим як добре вивченим механізмом ведення гібридних воєн. Суть цього принципу боротьби полягає у тому, що з початку формується вигідна Москві позиція, яка активно впроваджується в суспільну свідомість населення майбутнього театру дій («Русская весна», «Русский мір», «Новоросія») з метою

організації і підтримки псевдо волевиявлення народних мас, так званої маргінальної частини населення певного регіону, яку як правило подають широкому загалу як більшість. До вказаного процесу також долучаються різного роду фонди та громадські організації, та інші сили, які фінансово залежні від РФ. Вказана частина населення найактивніше проявляє себе під час «референдуму» на відміну від решти суспільства, так званої «пасивної» частини, яка насправді є фактичною більшістю суспільства. За результатами такого «волевиявлення» і приймаються рішення, заздалегідь підготовлені у Москві. Згодом, на території російського інтересу встановлюються свої правила та створюються "незалежні" органи влади, які насправді повністю сповідують політику Кремля. Надзвичайно високий відсоток виборчих голосів свідчить про неправдиву інформацію щодо реальних показників голосування.

За вказаним сценарієм відбулась анексія Росією Криму, а також проведення «референдумів» на території Донецької та Луганської областей.

Створення квазі республік на території України є фактичним підтвердженням ведення Росією гібридної війни проти нашої держави, а проросійські заклики їхніх ватажків вкотре свідчать про російську похідну цих загрозливих для незалежності України та безпеки європейського населення ініціатив [3; 4].

Використання брудних інформаційних технологій, ввезення на територію тимчасово підконтрольну бойовикам під виглядом гуманітарних конвоїв озброєння та боєприпасів, знищення інфраструктури, це далеко не всі методи протидії РФ українському вибору і незалежному розвитку нашого суспільства від Москви. Нехтуючи дією міжнародних санкцій та незважаючи на чисельні заклики речників і навіть лідерів провідних держав світу, а також військово-політичну напругу навколо лінії розмежування, російське керівництво продовжує утримувати чисельні ударні угруповання своїх військ поблизу українсько-російського кордону, які за першим наказом з Кремля можуть рушити вглиб Європейського континенту.

Російські емісари та військові угруповання є прямою загрозою національній безпеці для будь-якої держави. Підтвердження цього слугують нинішні події у Сирії, де ВПС РФ під приводом допомоги уряду Б. Асада здійснюють геноцид у відношенні до сирійського населення. Сотні тисяч біженців є яскравим підтвердженням неправомірних дій офіційного Кремля стосовно цієї арабської держави, яка стала заручником геополітичної конкуренції між офіційними Вашингтоном і Москвою .

З метою поступового зменшення дії міжнародних санкцій, російська влада проводить активну пропагандистську роботу як всередині політичних партій, так і серед широкої громадськості країн-членів Євросоюзу, у т.ч. використовуючи ЗМІ та соціальні мережі [6, с.112]. Така політика має свій успіх та призвела до того, що наразі більшість західних інформаційних ресурсів використовують оприлюднені події Кремлем у вигідному для нього

ключі, а саме як «донесення альтернативної точки зору» європейському суспільству. Протидіяти кремлівській пропаганді краще за все аналогічними методами, які викриватимуть справжні цілі і наміри Білокам'яної щодо нашої держави і місця РФ в міжнародному суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Батаренко, А. О. Проблеми та перспективи європейської інтеграції України / А. О. Батаренко // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. – 2014. – № 1. – С. 34–37.
2. Губерський Л.В. Україна – ЄС: формування нової стратегії взаємовідносин // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К. : Інститут міжнародних відносин. – 2009. – № 13. – С.41-47.
3. Європейська інтеграція України: поточна ситуація, завдання та пріоритети державної політики: мат. засідання «круглого столу» / за заг. ред. О. В. Снігир. – К. : НІСД, 2010. – 64 с.
4. Інтеграція України в європейські правові, політичні та економічні системи: монографія / [В. А. Манжола, В. І. Муравйов, А. С. Філіпенко та ін.]; під ред. Л. В. Губерського ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. – 320 с.
5. Мушак Н. Україна на шляху до безвізового режиму з Європейським Союзом: роль та значення угод про місцевий прикордонний рух // Віче [Електронний ресурс]. – 2014. – № 23. – С. 12–16. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/viche_2014_23_4.pdf
6. Шинкар В. А. Проблеми і перспективи інтеграції України до ЄС [Текст] / В. А. Шинкар, Т. Ю. Ковач // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка / В. П. Мікловда, М. І. Пітюлич, Н. М. Гапак. – Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2012. – Вип. 3 (37). – С. 111–117.

СЕКЦІЯ 5

РІЗНЕ

УДК 351

© Байрак С. О., Остролуцький А. М.

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ СПЕЦСЛУЖБ В УКРАЇНІ

Євроінтеграційні прагнення України, посилення внутрішніх і зовнішніх загроз її безпеці зумовлюють необхідність аналізу та подальшого реформування спецслужб України як одного з основних суб'єктів забезпечення державної безпеки.

У вітчизняному законодавстві загальне поняття спецслужб залишається невизначеним, хоча у низці актів законодавства, зокрема у Законі України «Про Службу безпеки України» від 19 листопада 2012 р. № 2229-ХІІ [3], одним з її головних завдань визначено протидію розвідувально-підбивній діяльності іноземних спецслужб. Спецслужбами у європейських державах та міжнародних організаціях вважаються державні структури, яким надані повноваження щодо проведення спеціальної або, як її ще називають, таємної, оперативної чи розвідувальної діяльності (далі – оперативна діяльність). Ця діяльність у «згорнутому» виді полягає в отриманні інформації без відома її власника або об'єкта, якого вона стосується, а також у проведенні інших таємних заходів. Тобто визначальною ознакою спецслужб є специфіка методів і засобів виконання покладених на них завдань, а не загальне спрямування цієї діяльності. Тому до спецслужб належать не тільки органи зовнішньої розвідки, а й відповідні органи та підрозділи контррозвідки, кримінального розшуку та ін. Їх основними функціями є здійснення оперативно-розшукової, розвідувальної та контррозвідувальної діяльності, спеціальних операцій в інтересах держави та національних інтересах. З-поміж інших можна виділити державний кризовий менеджмент, аналіз сфер дотичних до безпеки держави, завчасне попередження кризових явищ, інформаційне забезпечення для планування бойових дій Міністерства оборони, захист власної конфіденційної інформації та інформації інших державних органів, вплив на суспільні процеси з метою дотримання національних інтересів тощо.

Умовно спецслужби розділяють на дві групи: розвідувальні (зовнішня діяльність) та внутрішньої безпеки.

В Україні систему спецслужб становлять наступні структури: Головне управління розвідки Міністерства оборони (воєнна розвідка), Служба зовнішньої розвідки, Служба безпеки України (внутрішня безпека та контррозвідка) та Державна прикордонна служба України.

Згідно із Законом України «Про розвідувальні органи України» Головне управління розвідки Міністерства оборони України здійснює розвідувальну діяльність у воєнній,

воєнно-політичній, воєнно-технічній, воєнно-економічній, інформаційній, екологічній сферах.

На розвідувальний орган Міністерства оборони України покладаються такі завдання:

- добування, аналітична обробка та надання визначеним Законом України «Про розвідувальні органи України» органам державної влади розвідувальної інформації;
- здійснення спеціальних заходів, спрямованих на підтримку національних інтересів і державної політики України в економічній, політичній, воєнній, військово-технічній, екологічній та інформаційній сферах, зміцнення обороноздатності, економічного і науково-технічного розвитку, захисту та охорони державного кордону;
- участь у боротьбі з тероризмом, міжнародною організованою злочинністю, незаконним обігом наркотичних засобів, незаконною торгівлею зброєю і технологією її виготовлення, незаконною міграцією у порядку, визначеному законом;
- вжиття заходів протидії зовнішнім загрозам національній безпеці України, життю, здоров'ю її громадян та об'єктам державної власності за межами України.

Згідно із Законом України «Про розвідувальні органи України» [2] та Указом Президента України інформаційні та інформаційно-аналітичні матеріали Головного управління розвідки Міністерства оборони України надаються Президенту України, Голові Верховної Ради України, Прем'єр-міністру України, Міністру оборони України, начальнику Генерального штабу – Головнокомандувачу Збройних Сил України та іншим визначеним споживачам.

Служба зовнішньої розвідки (СЗР) України є державним органом, який здійснює розвідувальну діяльність у політичній, економічній, військово-технічній, науково-технічній, інформаційній та екологічній сферах.

У своїй діяльності Служба зовнішньої розвідки України керується Конституцією України, Законом України «Про службу зовнішньої розвідки України» [4], іншими законами та нормативно-правовими актами.

На СЗР України покладаються такі основні завдання:

- добування, аналітичне опрацювання та надання визначеним законодавством України керівникам вищих органів державної влади розвідувальної інформації;
- сприяння спеціальними заходами здійсненню державної політики України в економічній, політичній, військово-технічній, екологічній та інформаційній сферах, зміцненню обороноздатності, економічного і науково-технічного розвитку країни;
- участь у забезпеченні безпечного функціонування установ України за кордоном, безпеки співробітників цих установ та членів їхніх сімей у країні перебування, а також

відряджених за кордон громадян України, які обізнані з відомостями, що становлять державну таємницю;

- участь у боротьбі з міжнародною організованою злочинністю, тероризмом, незаконним обігом наркотичних засобів, незаконною торгівлею зброєю і технологією її виготовлення, незаконною міграцією

- вжиття заходів протидії зовнішнім загрозам національній безпеці України, життю, здоров'ю її громадян та об'єктам державної власності за межами України.

За усталеною світовою практикою функціональна структура розвідки охоплює процеси добування шляхом проведення агентурної та технічної розвідки актуальної інформації, її аналізу та підготовки аналітичних матеріалів, прогнозів і сценаріїв розвитку ситуації у сфері національної та міжнародної безпеки.

Так само, як і в переважній більшості країн світу, **агентурна розвідка** посідає пріоритетне місце у діяльності СЗР України. Основні зусилля співробітників, що здійснюють агентурну розвідку, спрямовані на забезпечення керівництва держави актуальною розвідувальною інформацією та проведення спеціальних заходів з метою забезпечення вигідних для України рішень і підтримання її позитивного іміджу на міжнародній арені.

Нині розвідка сприяє реалізації державних зовнішньополітичних та економічних програм, у тому числі антикризового характеру, залученню іноземних інвестицій, укладанню контрактів, що дозволяє поширити експортний потенціал країни, завантажити потужності вітчизняних підприємств і створювати нові робочі місця.

Важливою системоутворюючою складовою Служби зовнішньої розвідки України є **технічна розвідка** СЗР України, яка забезпечує отримання спеціальними методами достовірної документальної інформації на каналах міжнародних телекомунікаційних мереж. Україна належить до держав, які володіють потенціалом для здійснення повного циклу радіоелектронної розвідки.

На концептуально нових засадах діє **система інформаційно-аналітичного забезпечення** інформацією розвідки вищих органів державної влади України. Впроваджуються сучасні підходи до організації цієї діяльності з використанням методик прогнозування та моделювання ситуацій, надання керівництву держави обґрунтованих рекомендацій щодо вироблення адекватних заходів протидії зовнішнім загрозам національній безпеці.

Керівництвом Служби серйозна увага приділяється роботі **департаменту протидії зовнішнім загрозам національній безпеці держави**. Його діяльність сьогодні здійснюється у рамках законодавчо закріплених перед розвідкою завдань щодо участі у боротьбі з

тероризмом, міжнародною організованою злочинністю, незаконним обігом наркотичних засобів, незаконною торгівлею зброєю і технологією її виготовлення, незаконною міграцією.

Служба безпеки України - державний правоохоронний орган спеціального призначення, який забезпечує державну безпеку України. Завданнями Служби безпеки України є:

- захист державного суверенітету, конституційного ладу, територіальної цілісності, економічного, науково-технічного та оборонного потенціалу України, законних інтересів держави та прав громадян від розвідувально-підбивної діяльності іноземних спеціальних служб, посягань з боку окремих організацій, груп та осіб;

- попередження, виявлення, припинення й розкриття злочинів проти миру та безпеки людства, тероризму, корупції та організованої злочинної діяльності у сфері управління та економіки, інших протиправних дій, які безпосередньо створюють загрозу життєво важливим інтересам України. Служба безпеки України підпорядкована Президентові України та підконтрольна Верховній Раді України.

Діяльність Служби безпеки України, її органів і співробітників ґрунтується на засадах законності, поваги до прав і гідності особи, позапартійності й відповідальності перед народом України. В оперативно-службовій діяльності Служба безпеки України дотримується принципів поєднання єдиначальності й колегіальності, гласності й конспірації.

Систему Служби безпеки України складають Центральне управління Служби безпеки України, підпорядковані йому регіональні органи. Служба безпеки Республіки Крим, органи військової контррозвідки, військові формування, а також навчальні, науково-дослідні та інші заклади Служби безпеки України. Організаційна структура Служби безпеки України визначається Президентом України.

Центральне управління Служби безпеки України, інші органи та установи, що входять до системи Служби безпеки України, є юридичними особами, мають печатку з зображенням державного герба України та своїм найменуванням, інші печатки і штампи, рахунки в банках, у тому числі валютні.

Організація та порядок діяльності Служби безпеки України регулюються Законом України «Про Службу безпеки України» від 25 березня 1992 р.[3].

Основними завданнями Державної прикордонної служби України є: охорона державного кордону України, прикордонний контроль, охорона суверенних прав України в її виключній (морській) економічній зоні та контроль за реалізацією прав і виконанням зобов'язань у цій зоні інших держав, українських та іноземних юридичних і фізичних осіб, міжнародних організацій; ведення розвідувальної, інформаційно-аналітичної та оперативно-розшукової діяльності в інтересах забезпечення захисту державного кордону України згідно

із законами України участь у боротьбі з організованою злочинністю та протидія незаконній міграції на державному кордоні України та в межах контрольованих прикордонних районів; участь у заходах, спрямованих на боротьбу з тероризмом, а також припинення діяльності незаконних воєнізованих або збройних формувань (груп), організованих груп та злочинних організацій, що порушили порядок перетинання державного кордону України; участь у здійсненні державної охорони місць постійного і тимчасового перебування Президента України та посадових осіб, визначених у Законі України «Про державну охорону органів державної влади України та посадових осіб» ; охорона закордонних дипломатичних установ України; координація діяльності військових формувань та відповідних правоохоронних органів, пов'язаної із захистом державного кордону України, а також діяльності державних органів, що здійснюють різні види контролю при перетинанні державного кордону України або беруть участь у забезпеченні режиму державного кордону, прикордонного режиму і режиму в пунктах пропуску через державний кордон України [1].

В умовах виникнення зовнішніх та внутрішніх загроз національній безпеці та національним інтересам держави, а також виходячи із євроінтеграційних прагнень України, виникає нагальна необхідність удосконалення функціонування спецслужб їх структури й основних сфер відання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Державну прикордонну службу України : Закон України від 03.04.2003 № 2331-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/661-15>
2. Про розвідувальні органи України : Закон України від 22.03.2001 № 2331-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2331-14>
3. Про Службу безпеки України: Закон України від 25.03.1992 № 2229-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/249/2008> Про Службу безпеки України: Закон України від 25.03.1992 № 2229-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/249/2008>
4. Про службу зовнішньої розвідки України : Закон України від 01.12.2005 № 3160-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3160-15>

БІЛЬШОВИЦЬКА ПРОПАГАНДА В ЗАХІДНІЙ ВОЛИНІ У 1919–1921 РОКАХ ЯК ЗАГРОЗА НАЦІОНАЛЬНІЙ БЕЗПЕЦІ: ДОСВІД ПРОТИДІЇ ЗБРОЙНИХ СИЛ ПОЛЬЩІ ДЛЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ ОБОРОНИ УКРАЇНИ

Одним із найважливіших завдань адміністративного апарату Другої Речі Посполитої в Західній Волині впродовж 1919–1921 рр. була ліквідація проросійської агітації, що своїми коренями сягала періоду функціонування Волинської губернії у складі Російської імперії. Саме тоді простежувалася активна фаза русифікаційної політики та тотальне знищення атрибутів українськості. Значна частина місцевого населення залишалася неписьменною, що спричиняло до пацифізму стосовно майбутньої державної приналежності регіону. Російська мова залишалася мовою управління, школи та громадського життя. Вплив російськості простежувався також у діяльності православної церкви. Нечисельна інтелігенція краю повинна була працювати у подібних умовах та почасти переходити до конспіративної діяльності. Ситуація змінилася у 1917–1918 рр. із відродженням національних процесів на території регіону. Навесні 1919 р., із початком функціонування польської адміністрації в Західній Волині, розпочинається боротьба із проросійськими тенденціями, переважно, у їх більшовицькому різновиді. Досвід протидії російській пропаганді на теренах регіону впродовж 1919–1921 рр. може слугувати прикладом для сучасної України у справі забезпечення національної та державної безпеки.

Метою розвідки є аналіз досвіду протидії більшовицькій пропаганді в Західній Волині у 1919–1921 рр.

Важливою проблемою для польської адміністрації в першій половині 1919 р. була протидія російській агітації: «товариство «Кресова сторожа» підтримує серед українського населення свідомість національної окремішності проти міцних русофільських тенденцій. Деніканіська агітація також є для нас важливою загрозою на Волині. Петлюра та ідеї України не містять значної загрози, оскільки недостатньо популярні. Боротьба із усім що є російське найнагальніша» [8, к. 142]. Російські впливи були одним із джерел більшовицької агітації в Західній Волині й усього комуністичного руху на теренах регіону в досліджуваний період. Денікінська агітація стала наслідком перебування в регіоні значної кількості російської інтелігенції. Це були, переважно, представники колишнього урядового апарату Волинської губернії та духовенство.

Зважаючи на подібний стан справ представники української інтелігенції Західної Волині, незважаючи на конфлікти із польською адміністрацією, контактували із делегатами товариства «Кресової сторожі» у справі вільного розвитку українського шкільництва, як протидії російській пропаганді. Окрім цього, середовище на чолі із М. Косачем намагалося

створити український шкільний відділ, який мав би безпосередній контакт із польським шкільним інспектором. Разом із тим, громадські діячі регіону намагалися українізувати православну церкву на теренах Західної Волині та ліквідувати у ній проросійські впливи [9, к. 36].

Наведені факти підтверджують культурно-освітню спрямованість українського руху у справі протидії російській пропаганді та першочергові спроби порушити питання про українізацію православної церкви на початковому етапі становлення польської адміністрації в регіоні. Остання проблема частково підтримувалася польськими колами із середовища товариства «Кресова сторожа»: «Питання про автокефалію православної церкви у Польщі та створення національної української церкви може мати успіхи і допоможе у нашій роботі стосовно отримання підтримки українського населення» [9, к. 72]. Подібна постава була спричинена пошуком нових можливостей для співпраці українців та поляків.

Першочергові наміри стосовно українізації православної церкви розпочиналися зі спроби введення української вимови до церковних текстів, а також запровадження української мови в літургіях та проповідях. Окрім того, планувалося встановити виборність священників та церковного керівництва [10, 207]. Діячі української інтелігенції були переконані, що значна кількість українського населення в православній церкві, у порівнянні до чисельності росіян, є важливим аргументом до перейняття управління церквою на тих теренах, де більшість становлять українці, передовсім, в Західній Волині. Практичну реалізацію проблеми українізації православної церкви в Західній Волині розпочали локальні діячі, котрі не були пов'язані єдиним координаційним центром. Основними осередками цього руху були: Володимир, де розташовувався стародавній собор та проживав найактивніший церковний діяч Арсеній Річинський, Луцьке братство та Кременецька семінарія [10, с. 208].

Військова розруха та анархія в першій половині 1919 р. сприяли розчаруванню місцевого населення Західної Волині у будь-якій владі. За такого стану справ популярною стала більшовицька агітація, що переважно проникала у середовище молоді: «Старші селяни думають про царську Росію, молодь підтримує більшовиків. Коли б Директорія проводила належну і продуману політику то отримала підтримку населення. Однак, так не є. Уряд, що немає підтримки серед широких верств є безсильним у протидії анархії, що панує у краї. Анархія веде безпосередньо до більшовизму [...] Зважаючи на позицію населення, боротьба із більшовиками є складною «Проти більшовиків не підемо. Ми самі більшовики» – такою є позиція місцевого українського люду до більшовиків, заохочена переходом частини петлюрівців до більшовиків» [3, к. 5].

Подібна ситуація простежувалася у червні 1919 р., під час боротьби поляків, українців та більшовиків за чергові території Волині: «Українське населення, організоване у групи

«народних більшовиків» цілком перейшло на сторону Червоної Армії, створюючи більшовицькі підрозділи і підтримуючи на кожному кроці найманців зі сходу [...]. Польське, чеське та заможніша верства українського населення прагнуть надіслати делегацію до Начальника держави із проханням про допомогу в справі звільнення від більшовицької загрози» [4, к. 62].

Осіною 1919 р. активна діяльність більшовиків прослідковувалася в Дубенському повіті. Тут функціонувала організація «Народних більшовиків», що під керівництвом Рикуні і Селестюка протистояла С. Петлюрі, а у першій половині 1919 р. становила підтримку для більшовицьких сил. Організаційним центром та вогнищем руху були Сади. Кількість членів організації була невідомою. Вона мала військовий характер, а її персональний склад отримував щодня по 5 рублів платні [5, к. 80].

На рубежі 1919–1920 рр. більшовики намагалися дестабілізувати ситуацію на прифронтових територіях Західної Волині. Про це свідчить ситуаційний рапорт звязельського старости за період від 3 до 10 березня 1920 р., у якому відзначався стан постійної напруги, що був спричинений небезпекою нового більшовицького наступу [1, Арк. 3].

Під натиском більшовиків на рубежі червня–липня 1920 р. розпочалася евакуація польського управлінського апарату на Захід. Від початку зайняття теренів Західної Волині більшовики намагалися проводити виважену політику стосовно місцевого населення. Про це свідчать матеріали керівника Волинського округу товариства «Кресова сторожа»: «Більшовицька армія організована дуже добре. До місцевого населення відносяться задовільно. Не грабують, не руйнують. Зберігають військову таємницю» [6, к.3]. Видається, що більшовики вважали терени Західної Волині за російський регіон, а місцеве населення – за росіян. За такого стану справ, край необхідно було першочергово вберегти від анархії та здобути підтримку соціуму. Зовсім іншою була постава щодо порубіжних західних земель. Вони вважалися за польські та «буржуазні» і такі, що варто облаштувати на більшовицький лад.

Росіяни, котрі проживали в краї частково підтримували більшовиків та рекрутувалися до Червоної Армії. Інша частина означеної національної меншини підтримувала польську владу, що трактувалася, як «менше зло». Загалом вони розраховували на крах більшовицького режиму та відбудову «Великої Росії», в кордонах якої повинні були перебувати і території регіону.

У серпні–вересні 1920 р., попри початково виважену політику, більшовики розгорнули репресії по відношенню до окремих представників місцевого населення краю. За підозрою в контрреволюції, шпигунстві на користь Польщі, антирадянській агітації опинялись як

звичайні селяни, так і відповідальні більшовицькі працівники. Траплялися випадки і смертних вироків. 30 серпня 1920 р. «за знущання над селянами за поляків» у Стрільську Любиківської волості Рівненського повіту затримано сільського старосту О. Кравчука. Через 2 тижні його було розстріляно [2, с. 9].

Після Варшавської битви в середині серпня 1920 р. ситуація на фронті почала змінюватися. Вже на початку вересня того ж року польські військові підрозділи розпочали процес наступу на терени Західної Волині. Відступ Червоної Армії був хаотичним. Військові підрозділи, покидаючи регіон, втрачали свою бойову міць та підлягали деморалізації. Розповсюдженими були грабежі, руйнації та репресії по відношенню до усього населення регіону, незважаючи на національність чи віросповідання. Більшовики, котрих частина населення чекала із надією на покращення економічного становища краю і перерозподіл земель, втрачали підтримку соціуму. Про це свідчить кількісний набір добровольців Червоної Армії на рубежі серпня–вересня 1920 р. Згідно розпорядження, планувалося мобілізувати по 2 особи у віці від 18 до 40 років із кожного села. Насправді, із числа українців зголосилася незначна кількість [7, к. 9].

На рубежі 1920–1921 рр., після Ризького мирного договору, Західна Волинь юридично увійшла до складу Волинського воєводства Другої Речі Посполитої. Російська пропаганда продовжувала активно розвиватися і намагалася спричинити до створення легального ліворадикального руху регіону та отримати підтримку серед місцевого соціуму.

Отож, російська пропаганда в Західній Волині впродовж 1919–1921 рр. була покликана продовжити русифікаційну політику царату та здобути прихильність місцевого населення у справі приєднання регіону до складу більшовицької Росії. Агітація проникала, переважно, у середовище молодшої частини селян та робітників, котрі очікували на перерозподіл земель та покращення умов праці. Російська пропаганда мала на меті подолати національні відмінності та інтереси, замінивши їх соціальними. Українська інтелігенція регіону намагалася протистояти означеним явищам через українізацію освітнього та духовного життя. Польська адміністрація Західної Волині вбачала в російській пропаганді загрозу державній безпеці Другої Речі Посполитої та прагнула налагодити контакти із місцевим населенням. Польсько-український союз 1920 р. зупинив російську пропаганду, в її більшовицькому різновиді, та не дозволив їй зруйнувати національні та державні кордони країн Заходу. Досвід протидії більшовицькій пропаганді у 1919–1921 рр. є своєрідним прикладом для сьогодення стосовно вирішення проблеми забезпечення державної та національної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державний архів Волинської області, Ф. 58, Оп. 2, Спр. 1. Щоденні рапорти звягельського повітового старости про загальний стан повіту за листопад 1919 – червень 1920 рр., Арк. 1–85.
2. Реабілітовані історією: У двадцяти семи томах. Рівненська область / Головна редколегія (голова П. Т. Тронько, заступники голови О. П. Реснт, Ю. З. Данилюк та ін.); редколегія тому (співголова В. М. Корольок, співголова Ю. М. Торкунов, відповідальний секретар А. А. Жив'юк та ін.). – Кн. 1. – Рівне: ВАТ «Рівненська друкарня», 2006. – 578 с.
3. Archiwum Akt Nowych (dalej – AAN), Towarzystwo Straży Kresowej (dalej – TSK), sygn. 239. Raport ze zjazdu instruktorów TSK na Wołyniu, 13 kwietnia 1919 r. – 5 k.
4. AAN, TSK, sygn. 337. Raport Instruktora Straży Kresowej na powiat Łucki za czas do 13 czerwca 1919 r., k. 80–90.
5. AAN, TSK, sygn. 337. Raport miesięczny Instruktora Straży Kresowej na powiat Łucki za czas 11 września – 11 października 1919 r., k. 80.
6. AAN, TSK, sygn. 324. Raport kierownika okręgu Wołyńskiego TSK za 11–20 września 1920 r., k. 2–10.
7. AAN, TSK, sygn. 324. Raport kierownika okręgu Wołyńskiego TSK za 11–20 września 1920 r., k. 2–9.
8. Biblioteka Publiczna w Warszawie (dalej – BPW), Dział Starych Druków i Rękopisów Zarząd Cywilny Ziem Wschodnich (dalej – ZCZW), Nr akc. 1681, k. 140–146.
9. BPW, Dział Starych Druków i Rękopisów, ZCZW, nr. akc. 1681, Raport Instruktora Straży Kresowej z powiatu Kowelskiego za okres od 5 grudnia 1919 r. do 15 stycznia 1920 r., k. 36–72.
10. Papierzyńska-Turek Mirosława. Między tradycją a rzeczywistością. Państwo wobec prawosławia 1918–1939. Państwowe Wydawnictwo Naukowe. Warszawa 1989. – 475 s.

УДК [339.92:379]:061.1:33

© Гонтарук Я. Б.

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В РАМКАХ ЄВРОРЕГІОНУ «БУГ»

Геополітичне розташування України є доволі сприятливим для формування нових та тісніших міжнародних зв'язків з іншими країнами та регіонами. В рамках Євро регіону «Буг» Україна може привернути значну увагу до себе, сформувавши позитивний туристичний імідж та збільшити частку іноземних туристів не лише з прикордонних територій, а й з усього світу. Завдяки близькості Люблінського воєводства, Волинської та Брестської областей з даного регіону можна створити доволі потужний туристичний маршрут.

Метою роботи є дослідження поточного стану туристичних місць та реальних можливостей цього Єврорегіону.

З метою активізації розвитку соціально-економічних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших зв'язків українсько-польсько-білоруського прикордоння 29 вересня 1995 року було створено Єврорегіон «Буг». Його засновниками стали Волинська область (Україна), Люблінське воєводство (Республіка Польща) та Брестська область (Республіка Білорусь). Найбільшими містами є Люблін, Брест та Луцьк. Населення даного Єврорегіону складає понад 5 млн чоловік [5].

Територія Єврорегіону «Буг» наділена великим потенціалом для розвитку туризму, так як тут знаходяться безліч історичних і природних пам'яток. Також даний регіон характеризується схожістю природних ресурсів.

Волинська область ставиться своїми озерами. Інколи Волинь називають навіть блакитноооким краєм, так як тут налічується 220 озер різного походження, приблизно 130 річок, як великих, так і маленьких. Тут також є водно-болотні угіддя міжнародного значення – заплави річок Стохід та Прип'ять, а також відомі у всьому світі Шацькі озера. Найвідоміше Шацьке озеро – Світязь, яке є найбільшим і найглибшим озером природного походження в Україні. Шацький національний природний парк є найвідвідуванішим туристичним об'єктом області. Щороку десятки тисяч туристів приїждять на озера Світязь, Пулемцьке, Лука та ін. [7]. Мережа санаторно-курортних закладів області недостатньо розвинута. Вона складається з 6 санаторіїв та пансіонатів із лікуванням та 3 санаторіїв-профілакторіїв. Система закладів відпочинку області є більш розвиненою. Кількість будинків відпочинку, пансіонатів, баз та інших закладів відпочинку в області становить близько 70 установ. Дуже багато на території Волинської області пам'яток історії та архітектури. Серед історико-культурних осередків найпопулярнішими є міста Луцьк та Володимир-Волинський. Значна кількість туристів також відвідує Зимне, Берестечко та Олику. У 2014 р. кількість туристів, які завітали до Волині становила 14 593 особи, проте в 2015 р. ця кількість зросла до 15 620 [3].

Люблінське воєводство - регіон з незайманою природою і безліччю історичних міст. На території воєводства (Пулави і Козлувка) розташовані красиві палацово-паркові ансамблі, місто художників – Казімеж Дольний, перлина польського Ренесансу – Замость і відомий курорт – Наленчув. Наленчув – це єдиний у Польщі кардіологічний курорт, який спеціалізується на лікуванні ішемічних хвороб серця, артеріальної гіпертензії, серцево-судинного неврозу, серцево-судинних захворювань, реабілітації хворих після операцій на серці. Подальший розвиток туристичної галузі території слід вбачати у співпраці з Білоруссю та Україною. Близьке сусідство Шацького національного природного парку, Брестська

фортеця, Біловезька пуца, наявна і планована туристична інфраструктура створюють можливості ведення партнерського туристичного обміну.

Брестська область славиться своїми санаторіями, які розташовані в лісах та сільським туризмом, що включає в себе відвідування сіл та прожиття там. Найвідомішими місцями для туристів є Біловезька Пуца та Брестська фортеця. До головних туристичних центрів Брестської області належать: Брест, Барановичі, Пінськ, Кобринь, Столін та село Каменюки (територія Біловезької пуці) [6].

Що стосується Люблінського воєводства, у 2013 р. його відвідало 727 763 туристів, з чого 115 101 туристів були іноземними. Брестську область щороку відвідує 22 546 туристів, у тому числі 22 830 із країн СНД, 3 284 з інших країн, натомість Волинь – до 20 тисяч туристів, з яких лише близько 5% становлять іноземні туристи. Причин таких великих диспропорцій у кількості туристів між Люблінським воєводством та іншими регіонами є безліч. Це зумовлюється насамперед слабким інформаційним забезпеченням, станом інфраструктури (транспортне обслуговування, відсутність облаштованих автостоянок), доріг, невідповідністю туристичної інфраструктури міжнародним стандартам, недостатньою кількістю закладів розміщення та харчування і низьким рівнем обслуговування в них [4, с. 96].

В рамках Програми прикордонного співробітництва «Польща-Білорусь-Україна» 2007–2013, створено Геопортал Єврорегіону «Буг». Геопортал Єврорегіону «Буг» є ІТ- інструментом для проведення просторового аналізу, візуалізації даних та їх доступного розкриття через Інтернет. Уперше в історії транскордонного об'єднання «Єврорегіон «Буг» розроблено спільну інформаційну платформу українсько-польсько-білоруського прикордоння трьох країн. Вона містить дані туристичного та економічного характеру (туристичні центри, готелі, ресторани, місця відпочинку, кемпінги, історико-культурні пам'ятки, заповідники, інфраструктура, інвестиційні об'єкти, земельні ділянки тощо) Волинської та Брестської областей, Люблінського воєводства. На геопорталі доступними є описи усіх туристичних місць з короткою довідкою про них, що дає можливість оперативно прокласти шлях від однієї культурно-історичної пам'ятки до іншої, що заощадить час підготовки маршруту для проведення відпустки, екскурсійної програми, а також надихне на нові ідеї для подорожей [2].

У програмі прикордонного співробітництва «Польща-Білорусь-Україна 2014–2020» в стратегічних цілях зазначено, що слід розвинути співпрацю між туристичними організаціями, ідентифікувати спільні елементи, з яких складається туристичний продукт, та покращити туристичну інфраструктуру. Важливим елементом є спільні інформаційно-рекламні заходи та організація спільних подій, а також вдосконалення туристичного руху

через кордон. Здійснений діагноз показує також можливість розвитку оздоровчого туризму на базі чинних курортів на території Люблінського воєводства та Волинської області. Співпраця установ і організацій, які займаються туризмом у окремих регіонах, повинна привести до ідентифікації транскордонних туристичних продуктів та створення стратегічного документа, який, зокрема, визначає розвиток цих продуктів і управління ними [4].

Висновок. Отже, Єврорегіон «Буг» має усі сприятливі можливості для розвитку туризму. Проте існують і проблеми, особливо в інфраструктурі, вирішення яких відкриє нові можливості та горизонти щодо підвищення іміджу та зміцнення партнерства даного регіону. Задля покращення поточної ситуації було створено геопортал, на якому детально показано та описано розміщення усіх необхідних даних туристичного характеру. Також було створено концепцію розвитку Єврорегіону «Буг», в якій докладно описано майбутні дії та прогнози аж до 2020 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаталяк О. Особливості розвитку туризму в містах Волинської області // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 59–63.
2. Геопортал Єврорегіону «Буг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://euroregionbug.maps.arcgis.com/home/>
3. Державна служба статистики України, Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/24_1.htm
4. Інтегрована функціонально-просторова концепція розвитку Єврорегіону «Буг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://euroregionbug.pl/gis/downloads/koncepcja/koncepcja_UA.pdf
5. Офіційний сайт Єврорегіону «Буг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.euroregionbug.com.ua/>
6. Тонкости туризма, Брестская область [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tonkosti.ru/>
7. Україна Інкогніта, Волинська область [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/mista-ta-regiony/volynska-oblast>

СУЧАСНІ ПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ У СФЕРІ РЕФОРМУВАННЯ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

Проблема реформування військової адміністрації в Україні виникла одразу після проголошення незалежності України. В даному процесі є велика кількість прихованих факторів, що дають велике поле для різноманітних корупційних дій, або адміністративних порушень на всіх рівнях влади. Важливо зазначити що реформування збройних сил України відбувається в умовах непрямого військового стану, фактично в стані війни на Сході. Іншими словами нова українська армія народжується не на полігонах, військових кабінетах і частинах, як зазвичай, а прямо на «полі бою».

Політологія виділяє різні моделі взаємовідносин влади і армії. Перша модель – закрите «мілітаризоване суспільство», у якому політичне, економічне, духовне життя підпорядковується військовим цілям. Специфікою такого типу суспільства є одновладність, ієрархічність і верховенство військових. Друга модель – комуністична й фашистська, де перевага надається зовнішньополітичним цілям, методам насильницького поширення політичного ладу на інші суспільства за допомогою військової сили. Третя модель – «стратократичного суспільства», у якому армія здійснює правління іншими гілками влади. Тут влада обмежує політиків або замінює політичні структури військовими (режим «чорних» полковників у Греції). Четверта модель – «поліцейського суспільства», у якому армія виконує поліцейські (караючі) функції всередині суспільства. Основним ворогом стає для такого режиму внутрішній (політичні партії, соціальні групи, класи). Такі режими характерні для перехідних, слабозвинутих суспільств. Прикладом може слугувати Латинська Америка, де у XX ст. відбулося понад 600 путчів, 200 з яких завершилися встановленням військових диктатур. Показовим є і приклад військового перевороту в Іраку 1978 р., до влади прийшов кривавий диктатор С. Хусейн. П'ята модель – демократична. Взаємовідносини армії і суспільства ґрунтуються на законодавстві, армія знаходиться під контролем суспільства[4].

Важливими викликами для реформування системи оборони виступають вимоги, які висуває ЄС до України, в плані соціальних стандартів і загальнодержавних реформ. В розрізі це виглядає так, що реформування армії стоїть в черзі реформ які потрібно провести. Другим викликом, доволі вагомим, з яким наша країна має справу ще з часів своєї незалежності, є фінансова обмеженість. Як показує практика, кожен із президентів намагався реформувати українську армію вкладаючи в бюджет «оборонки» різні кошти, залежно від власного бачення доцільності.

В період президентства В. Януковича планувалося «реформувати армію» доволі оригінальним чином. Автори концепції посилаючись на європейську практику обіцяли

довести рівень військових витрат до 1,4 % ВВП. Оборонний бюджет 2013 р. поступово збільшувався, цю ж тенденцію намагалися посилити в 2014 р.. Що стосується забезпечення майбутніх ЗСУ озброєнням і військовою технікою, то до 2017 р. в числі пріоритетних напрямів передбачалася модернізація і закупівля бойових літаків, вертольотів, боєприпасів, модернізація ЗРК і ракет до них, а також створення високоточних засобів ураження і авіа-комплексу розвідки радіолокації, закупівля і спільне виробництво багатоцільових безпілотних літальних апаратів (тобто не тільки розвідувальних, але, вочевидь, і ударних). Ґрунтовне переозброєння було намічено розпочати із 2014 р. При здійсненні технічної модернізації реформатори зосереджували увагу на забезпеченні в першу чергу системи управління та зв'язку. Для цього до кінця 2014 р. планувалося «оцифрувати» стаціонарну компоненту системи зв'язку і активізувати модернізацію мобільних засобів. А також розгорнути систему захисту інформації, забезпечити безпеку в комунікаційних системах, створити систему супутникового зв'язку ЗСУ як підсистему національної. Крім того автоматизовану систему радіозв'язку. Плюс створити єдине радіолокаційне поле країни з системою освітлення всієї повітряної обстановки ВСУ. Також планувалося розвивати сили швидкого реагування, у склад яких передбачалося включити не тільки аеромобільні підрозділи і спецназ, але навіть гірничу-піхоту і повітряний-десант (окремо від аеромобільної) бригади. Про соціальне забезпечення військовослужбовців проєкт документа говорив досить розпливчато. Детально перераховувалася безліч можливостей (скорочення 542 військових містечок, зменшення на третину аеродромної мережі тощо), а на виході планувалося створити «достатній» фонд житла для військовослужбовців. Тим, кому службового даху над головою не знайдеться передбачалося компенсувати вартість найманого житла. Грошове утримання передбачалося збільшити в середньому на 80%, що, відразу треба сказати, забезпечило б лейтенанту трохи менше половини того, що отримував військовослужбовець в сусідніх європейських країнах

Зазначена реформаторська розробка ЗСУ передбачала скорочення чисельності української армії протягом найближчих 5 років з 192 тис. до 70 тис. осіб. Крім того, до 2017 р. планувалося скасувати строкову службу у ЗСУ. На реформуванні української армії наполягав Президент Віктор Янукович. Котрий заявляв, що Міністерство оборони і Генеральний штаб ЗСУ мають спільно підготувати реалістичну концепцію радикального та ефективного реформування української армії [5].

Третім викликом на шляху реформування армії є застаріле призовне законодавство. Закон «Про військовий обов'язок і службу» отримав всього одну поправку до частини 6-ої: «Строки проведення призову (призовів) громадян України на строкову військову службу визначаються Указом Президента України. Такий указ публікується в засобах масової

інформації не пізніш як за місяць до закінчення року, що передує року призову (призовів) громадян України на строкову військову службу, крім указу про призов (призови) громадян України на строкову військову службу в особливий період, який публікується не пізніш як за місяць до початку проведення призову (призовів) громадян України на строкову військову службу"[1]. Такий курс держави спрямовувався на створення контрактної армії, як в країнах «цивілізованого Заходу».

Четвертим викликом для швидкого і ефективного реформування може послужити Нацгвардія. Сам факт існування військових формувань з зобов'язаннями як в армії, але з більшими повноваженнями, дискредитує роль збройних сил України.

Національна гвардія України є військовим формуванням з правоохоронними функціями, що входить до системи Міністерства внутрішніх справ України і призначена для виконання завдань із захисту та охорони життя, прав, свобод і законних інтересів громадян, суспільства і держави від злочинних та інших протиправних посягань, охорони громадського порядку та забезпечення громадської безпеки, а також у взаємодії з правоохоронними органами – із забезпечення державної безпеки і захисту державного кордону. Основними функціями Національної гвардії України є:

- захист конституційного ладу України, цілісності її території від спроб зміни їх насильницьким шляхом;
- охорона громадського порядку, забезпечення захисту та охорони життя, здоров'я, прав, свобод і законних інтересів громадян;
- участь у забезпеченні громадської безпеки та охороні громадського порядку під час проведення зборів, мітингів, походів, демонстрацій та інших масових заходів, що створюють небезпеку для життя та здоров'я громадян;
- забезпечення охорони органів державної влади, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, участь у здійсненні заходів державної охорони органів державної влади та посадових осіб;
- охорона ядерних установок, ядерних матеріалів, радіоактивних відходів, інших джерел іонізуючого випромінювання державної власності, важливих державних об'єктів, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України;
- охорона спеціальних вантажів, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України;
- охорона дипломатичних представництв, консульських установ іноземних держав, представництв міжнародних організацій в Україні;
- охорона центральних баз матеріально-технічного забезпечення Міністерства внутрішніх справ України;

• участь у здійсненні заходів, пов'язаних з припиненням збройних конфліктів та інших провокацій на державному кордоні, а також заходів щодо недопущення масового переходу державного кордону з території суміжних держав [2].

У кожному реформаційному процесі важливим є і виклик пост-реформених наслідків, бо по-перше невідома реакція громадянського суспільства на реформування в запропонованому руслі, а по друге модель розвитку відносин між армією та державою може змінитися до не прогнозованості наслідків.

І останнім чи не найважливішим викликом для реформи є економічне питання. Новий бюджет 2016-го року дає доволі обнадіюючі цифри. Видатки бюджету на оборону стали рекордними для України. В цілому на оборонний сектор передбачені 113,6 млрд. гривень або 5 % ВВП. Згідно інфографіки, підготованої [Liga.net](http://liga.net), всі органи поліції отримають 64,7 млрд грн, Держприкордонслужба – 5,5 млрд грн, СБУ – 5,53 млрд грн, Головне управління розвідки Міноборони – 1,1 млрд грн, Служба зовнішньої розвідки – 950 млн грн, РНБО – 70,6 млн грн, Антитерористичний центр СБУ – 9,6 млн грн. На Міністерство оборони в поточному році виділено 55,5 млрд грн. З цих грошей 42,3 млрд грн підуть на забезпечення діяльності ВСУ та підготовку військ, 4,6 млрд грн – на розвиток озброєння і техніки, 3,6 млрд грн – підвищення обороноздатності, 2 млрд – на підготовку та перепідготовку фахівців, ще 1,53 млрд грн – на лікування та реабілітацію [3].

Загалом військова реформа в Україні – доволі болюче питання особливо зараз, в умовах АТО, тому воно заслуговує особливої уваги, і в цьому реформуванні варто не помилитись, бо кинуто виклик українській державності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України про військовий обов'язок і військову службу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2232-12>
2. Закон України про Національну гвардію України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/876-18>
3. Закон про державний бюджет України на 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/92819>
4. Ярош О.Б. Загальна теорія політики. – Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2005. – 240 с.
5. Реформа української армії коштуватиме близько 155 млрд грн, — Міноборони // Газета «День» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://day.kyiv.ua/uk/news/111112-reforma-ukrayinskoyi-armiyi-koshtuvatime-blizko-155-mlrd-grn-minoboroni>

МІСЦЕ СБУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Для реалізації державної політики національної безпеки, захисту національних інтересів в усіх сферах суспільного і державного життя існує система забезпечення національної безпеки України, особливе місце в якій посідає Служба Безпеки України (СБУ). Реалізація сучасної концепції національної безпеки значною мірою залежить від комплексного використання економічних, політичних, науково-технічних, соціальних, духовних і військових чинників. Концепція національної безпеки України відповідає Конституції України та визначає основні засади державної політики, спрямованої на захист національних інтересів і гарантування в Україні безпеки особи, суспільства та держави від зовнішніх і внутрішніх загроз в усіх сферах життєдіяльності.

Мета дослідження – з'ясувати місце та роль СБУ в системі забезпечення національної безпеки держави. При цьому особливої уваги заслуговує визначення кола обов'язків та прав СБУ, що складає головний елемент правового статусу цієї організації.

Служба безпеки України (СБУ) — державний правоохоронний орган спеціального призначення, діяльність якого спрямована на забезпечення державної безпеки України. Вона підпорядкована Президенту України і підконтрольна Верховній Раді України. Правовою основою діяльності СБУ є Конституція України, Закон України від 25 березня 1992 року «Про Службу безпеки України» та інші акти законодавства України, відповідні міжнародні правові акти, визнані Україною.

Питання про утворення СБУ постало після проголошення незалежності України, як необхідність реформи колишньої союзно-республіканської системи органів державної безпеки. 20 вересня 1991 року Верховною Радою України було прийнято постанову «Про створення Служби національної безпеки України». Цією ж постановою було ліквідовано Комітет державної безпеки УРСР. У стислі терміни вирішувалися питання щодо формування нових підрозділів, їх кадрового наповнення професійно підготовленими, відданими справі побудови незалежної України співробітниками, створення нормативно-правової бази. 25 березня 1992 року Верховна Рада ухвалила Закон «Про Службу безпеки України», який став ще одним підтвердженням непорушності курсу на побудову правової, демократичної держави. Співробітники молодшої української спецслужби, на відміну від своїх попередників, дістали змогу діяти, спираючись на чітку правову основу – закони України «Про Службу безпеки України», «Про оперативно-розшукову діяльність», «Про організаційно-правові основи боротьби з організованою злочинністю», «Про державну таємницю», «Про боротьбу з корупцією» та інші [2, с. 80].

Усвідомлюючи нові внутрішньо- та зовнішньополітичні реалії, які склалися в Україні у зв'язку з проголошенням її незалежності, прагнення увійти до спільноти цивілізованих демократичних країн і посісти гідне місце на міжнародній арені, Служба безпеки рішуче відмовилась від глобального та всеохоплюючого підходу у своїй діяльності, використання образу головного противника чи ворога, нецивілізованих і негуманних методів роботи. З перших днів свого існування Служба безпеки України активно сприяла керівництву країни у вирішенні надзвичайно важливих проблем на пріоритетних напрямках державного будівництва, з кожним роком нарощуючи свій потенціал та гнучко реагуючи на зміни обстановки. Створена як принципово новий правоохоронний орган спеціального призначення, СБУ посіла належне їй місце в системі органів забезпечення національної безпеки України.

Сьогодні СБ України здатна у повному обсязі вирішувати всі завдання, які визначені Законом України «Про Службу безпеки України» та ставляться вищим керівництвом держави. При цьому головний акцент робиться на особливих, найважливіших завданнях, притаманних саме спецслужбі [4].

Сьогодні не можна не враховувати радикальних змін розуміння безпеки, що відбулися останнім часом. Це поняття охоплює досить широке коло питань для кожної держави. Окрім захисту територіальної цілісності, недоторканості кордонів, військових, економічних і політичних чинників, йдеться про колективну безпеку всього регіону, здатність держав спільно протистояти новим викликам і загрозам: розповсюдженню зброї масового знищення, наркотиків, міжнародному тероризму, організованій злочинності, нелегальній міграції, екологічним лихам. Тому, діючи в умовах сьогоденної обстановки у світі, яка постійно змінюється, характеризується більшою відкритістю суспільств, розширенням співробітництва на всіх рівнях, активним входженням України у світове співтовариство.

Таким чином, концепція діяльності нової української спецслужби полягає у тому, що основним орієнтиром для СБУ є захист інтересів українського народу, національних і загальнолюдських цінностей. Про ці та інші аспекти своєї діяльності СБУ постійно інформує громадськість, широко висвітлює результати роботи через засоби масової інформації [3].

Систему Служби безпеки України складають Центральне управління СБ України, підпорядковані йому регіональні органи, Головне управління СБ України в Автономній республіці Крим, органи військової контррозвідки, а також навчальні, науково-дослідні та інші заклади. Організаційна структура СБ України визначається Президентом України. Центральне управління Служби безпеки України відповідає за стан державної безпеки, координує і контролює діяльність інших органів СБ України.

Отже, СБУ займає дуже важливу нішу в системі захисту національної безпеки та національних інтересів України. Сьогодні СБ України здатна у повному обсязі вирішувати всі завдання, які визначені Законом України «Про Службу безпеки України» та ставляться вищим керівництвом держави. При цьому головний акцент робиться на особливих, найважливіших завданнях, притаманних саме спецслужбі. Наявна сьогодні система забезпечення державної безпеки України в цілому зорієнтована на практичну координацію всіх видів діяльності державних і громадських інститутів з метою відвернення, виявлення й усунення явних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз у сфері державної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біла книга 2008. Служба безпеки України / [Д. Г. Анікін, О. С. Власюк, В. В. Кондратюк та ін.] ; керівник автор. кол. О. Ф. Белов. – К.: Ін-т опер. д-ті та держ. безпеки, 2009. – 80 с.
2. На сторожі незалежності держави : 10 років Службі безпеки України / [ред. кол. : О. Ф. Белов, Г. В. Зеленський, М. В. Куркін та ін.] ; голова редколегії П. М. Шатковський. – К. : СБУ, 2002. – 170 с.
3. Опришко І. Система правоохоронних органів України [Електронний ресурс] / І. Опришко, Л. Сидорчук. – К. : КНЕУ, 2003. : – Режим доступу: <http://refdb.ru/look/1745680-p15.html>.
4. Про основи національної безпеки України : Закон України від 19 черв. 2003 р. № 964-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 39. – С. 351.

УДК 659.4:327.88

© Остролюцький А.М., Яцечко-Блаженко Т.В.

БЕЗПЕКА УНІВЕРСАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В МУЗЕЇ

Музейні установи є унікальним інформаційним ресурсом, який об'єднує в собі сучасну гуманітарну складову з історичними передумовами. Саме музеї дозволяють знайти причинно-наслідкові зв'язки між теперішнім і минулим. Музеї України – це унікальні механізми інформаційного обміну та національні інформаційні ресурси.

Питання організації інформаційної безпеки музеїв знайшли відображення у публікаціях таких науковців як Алієвої М.Ф., Астахова Л.В., Ноль Л.Я., Хітарової І.Ю. та ін. [1; 2; 7; 8; 12; 13; 14]. Ступінь наукової розробленості проблеми свідчить про те, що сьогодні інформаційна безпека музеїв є досить не дослідженою, але водночас актуальною темою в світлі політичних подій та процесів, які відбуваються в нашій державі

Проблему інформаційної безпеки визнано актуальною на міжнародному та внутрішньодержавному рівнях. В документі ЮНЕСКО, який стосується інформаційної

політики, зокрема, в програмі «Інформація для всіх» інформаційна безпека розглядається як: а) захист конфіденційної інформації (у тому числі від несанкціонованого доступу); б) захист інформації від навмисних і ненавмисних дій з метою забезпечення зберігання світової інформаційної спадщини; в) захист від інформації негативного характеру; г) безпека даних особистого характеру; д) сумлінне використання інформації та захист прав інтелектуальної власності [8, 197].

Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр.» від 09.01.2007 № 537–V подає таке тлумачення терміну «інформаційна безпека» – «стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, при якому запобігається нанесення шкоди через: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив; негативні наслідки застосування інформаційних технологій; несанкціоноване розповсюдження, використання і порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації» [10].

Основними загрозами інформаційній безпеці України є: обмеження свободи слова та доступу громадян до інформації; руйнування системи суспільних цінностей, негативні зміни їх цільових настанов, шкідливий вплив інформації на духовне і фізичне здоров'я особи; маніпулювання громадською думкою; порушення штатного режиму функціонування (руйнування) критично важливих інформаційних мереж, систем управління; несанкціонований витік таємної, конфіденційної та іншої інформації з обмеженим доступом; спотворення (знищення) інформаційних ресурсів, програмного забезпечення; низький рівень інтегрованості України у світовий інформаційний простір; діяльність іноземних політичних, економічних, військових, розвідувальних та інших структур, спрямована проти інтересів України в інформаційній сфері; прагнення деяких країн і транснаціональних об'єднань до домінування у світовому інформаційному просторі, що призводить до обмеження національних інтересів України, витіснення її із зовнішнього та внутрішнього інформаційного ринку; збільшення технологічного відриву ряду держав світу і нарощування їх можливостей у протидії створенню конкурентоспроможних вітчизняних інформаційних технологій; невідповідність нормативно-правової бази, що регулює відносини в інформаційній сфері, вимогам часу; активне просування на внутрішній ринок програмно-апаратних засобів захисту інформації зарубіжного виробництва, включаючи і засоби криптографічного захисту, які не забезпечують відповідного рівня захисту; відставання України від провідних держав світу за рівнем інформатизації органів державної влади і органів місцевого самоврядування, кредитно-фінансової сфери, промисловості, сільського господарства, освіти, охорони здоров'я, сфери обслуговування [10].

Україна дбає про розвиток своєї держави як національної єдності та спирається на

національний ресурсний потенціал, що зберігається в бібліотеках, архівах та музеях як на а джерело не лише історичного минулого, а й на інтелектуальну базу сучасного розвитку незалежної держави. Ресурси, що зберігаються в архівах, бібліотеках і музеях є нашим національним надбанням, оскільки вони уже відібрані на засадах експертизи цінності документів в інтересах розвитку суспільства і представляють комплекс першоджерел світового або національного значення. Створення загальнодержавного електронного інформаційного масиву та інформаційне представлення його у локальних та міжнародних мережах є важливою подією для кожної незалежної держави.

З розвитком сучасних інформаційних і комунікаційних технологій та їх застосуванням в усіх сферах життя, а також зі збільшенням кількості та якості інформації, засвоєння якої не можливе без відповідного впровадження інформаційних технологій, постає питання формування державної політики розвитку інформаційного суспільства та забезпечення інформаційної безпеки музеїв. Сьогодні в Україні здійснюються заходи, спрямовані на захист інформації та забезпечення інформаційної безпеки в умовах застосування комп'ютерної техніки, а також розвивається міжнародне співробітництво у сфері інформаційної безпеки.

Сьогодні дуже потрібні усвідомлені цілеспрямовані дії по збереженню тієї інформації, яка вже накопичується музеями та іншими інститутами пам'яті. Музейні установи є унікальним інформаційним ресурсом, який об'єднує в собі сучасну гуманітарну складову з історичними передумовами. Саме музеї дозволяють знайти причинно-наслідкові зв'язки між теперішнім і минулим [3, 140].

Музей – це соціальний інститут, який являє собою сформовані стійкі форми організації спільної діяльності людей, що виконують соціально-значущі функції. В даному випадку соціальний інститут постає як сукупність ролей і статусів, призначених для задоволення певної соціальної потреби суспільства, і сприяє вихованню цінностей, смаків, освіти, діяльності та ін. Музей – це місце впливу один на одного носіїв різних систем знань, ідеалів, цінностей, устремлінь і, як наслідок, – набуття почуття спільності з собі подібними, усвідомлення своєї індивідуальності і несхожості на інших [14].

Наші сьогоднішні уявлення про систему забезпечення інформаційної безпеки музею не повинні обмежуватися загальноприйнятими формально-юридичними стандартами, а повинні бути орієнтовані на майбутнє та загрози, які можуть виникнути. У сучасному суспільстві, як ніколи раніше, актуалізована потреба у достовірній культурно-історичній інформації, і відповідно зростає значення соціальних інститутів, які в силу своєї природи будуються на первинній інформації. Музеї володіють значним потенціалом впливу на інформаційну ситуацію в суспільстві, можуть прийняти на себе функцію забезпечення інформаційної

безпеки в сфері культури.

Отже, для того, щоб забезпечити інформаційну безпеку музеїв влада повинна дотримуватись в своїй політиці кількох напрямів. По-перше, сприяти розвитку правового забезпечення інформаційної безпеки та вдосконаленню правоохоронної діяльності у цій сфері. Розробляти і впроваджувати ефективні програмні і програмно-апаратні засоби захисту інформаційних ресурсів, інформаційних і телекомунікаційних систем. Збільшити набір до вищих навчальних закладів на спеціальності в області галузі захисту інформації інформації та створити систему підвищення кваліфікації в цій галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алиева М. Ф. Информационная безопасность как элемент информационной культуры / Алиева М. Ф. // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. : Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2012. – Вып. 4. – С. 96–101.
2. Астахова Л.В. Сущность понятия «Культура информационной безопасности» и ее формирование у студентов вуза // Экономика. Информатика. Безопасность: [сб. науч. тр.] Меж- дунар. науч.-практ. конф., 2007 / [науч. ред. В. А. Киселева, Л. В. Астахова]. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2007. – С. 93–99.
3. Європа на шляху до інформаційного суспільства: мат. Європейської Комісії 1994–1995 рр. // Держ. комтзв'язку та інформатизації України / [за заг. ред. О. М. Гальченка; уклад. В. М. Павлович, А. В. Цвігун]. – К., 2000. – 176 с.
4. Інформаційне законодавство України : наук.–практ. коментар / Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, Держ. ком. телебачення і радіомовлення України; В. О. Горобцов, Т. А. Костецька, І. О. Кресіна [та ін.]; [за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа]. – К. : ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2006. – 230 с.
5. Інформаційне законодавство: зб. законодав. актів : у 6 т. / [за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа]. – Т. 1 : Інформаційне законодавство України. – К. : Юрид. думка, 2005. – 416 с.
6. Лорд Б. Менеджмент в музейном деле / Лорд Б., Лорд Г.Д. – М. : Логос, 2002. – 254 с.
7. Киреенко А. Е. Современные проблемы в области информационной безопасности: классические угрозы, методы и средства их предотвращения [Текст] / А. Е. Киреенко // Молодой ученый. – 2012. – №3. – С. 40– 46.
8. Ноль Л. Я. Информационная политика ЮНЕСКО / Л. Я. Ноль // Музей будущего: информационный менеджмент / [сост. А. В. Лебедев]. – М., 2001. – С. 196– 201.
9. Петров В.П., Петров С.В. Информационная безопасность человека и общества:

учебное пособие. – М. : ЭНАС, 2007. – 334 с.

10. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України від 09.01.2007 № 537– V // Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 12. – С. 102. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/537-16>. – Назва з екрана.

11. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 194 с.

12. Хитарова И. Ю. Методика включения музея в систему информационной безопасности социально-культурной сферы / Хитарова И. Ю // Этносоциум и межнациональная культура. – №5 . – 2008. – С.66–77.

13. Хитарова И. Ю. Музей как субъект информационной безопасности в сфере культуры / Хитарова И. Ю // Этносоциум и межнациональная культура. – №4 . – 2008. – С.72– 85.

14. Хитарова И.Ю. Методика включения музея в систему информационной безопасности социально-культурной сферы // Этносоциум. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ethnosocium.ru/khitarova-i-yu-metodika-vklyucheniya-muzeya-v-sistemu-informatsionnoi-bezopasnosti> (дата обращения: 15.11.2013).

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

Байрак Сергій Олександрович – кандидат політичних наук, старший викладач кафедри політології та державного управління СНУ ім. Лесі Українки, Bajrak_2010@ukr.net

Гачкевич Андрій Олександрович – магістр міжнародного права, старший викладач кафедри міжнародної інформації Національного університету «Львівська політехніка», hachkevych@ukr.net

Гладишук Сергій Олександрович – магістр історії, аспірант СНУ ім. Лесі Українки, sergii.gladyshuk@ukr.net

Гонтарук Яна Борисівна – студентка IV курсу, факультету міжнародні відносини, спеціальність «міжнародна інформація» СНУ ім. Лесі Українки, Yana94g5@gmail.com

Гриневич Богдан Віталійович – магістр спеціальності «консолідована інформація», кафедра міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, guitaruser46@gmail.com

Камєнєва Оксана Михайлівна – аспірант кафедри політології Львівського національного університету ім. І. Франка, prime.writer1@gmail.com

Карпчук Наталія Петрівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри міжнародної інформації, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, karpchuknata@gmail.com

Кіріченко Станіслав Анатолійович – студент 2-го курсу спеціальності політологія СНУ ім. Лесі Українки, politdu.snu@gmail.com

Кулик Сергій Михайлович – кандидат політичних наук, доцент кафедри країнознавства і міжнародних відносин СНУ імені Лесі Українки, kumys@ua.fm

Левчинська Наталія Михайлівна – магістр спеціальності «міжнародна інформація», кафедра міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, natalialevchynska@gmail.com

Мазур Віра Іванівна – доцент, Національний авіаційний університет, кафедра міжнародної інформації, m_vi_55@mail.ru

Миронова Олена Іванівна – старший викладач кафедри міжнародної інформації СНУ ім. Лесі Українки, mirelena@ukr.net

Митко Антоніна Миколаївна – доктор політичних наук, професор кафедри міжнародної інформації СНУ ім. Лесі Українки, ant80@meta.ua

Ніжник Аліна Валеріївна – магістр спеціальності «консолідована інформація», кафедра міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, alina_1393@ukr.net

Остролуцький Андрій Миколайович – заступник директора «Укрпошта» у Волинській області, Bajrak_2010@ukr.net

Пелипенко Інна Володимирівна – студентка IV курсу факультету міжнародні відносини, напрям підготовки «міжнародна інформація», СНУ ім. Лесі Українки, inessa.mellis@gmail.com

Пішакова Катерина – студентка IV курсу, факультету міжнародні відносини, напрям підготовки «міжнародна інформація», СНУ ім. Лесі Українки, katerynaevdokymova@yandex.ru

Покотило Аліна Олегівна – магістр спеціальності «консолідована інформація», кафедра міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, tequila_@ukr.net

Ремезовський Назар Богданович – студент IV курсу факультету міжнародні відносини, напрям підготовки «міжнародна інформація», СНУ ім. Лесі Українки, Remnazar78@gmail.com

Рудянин Іван Петрович – кандидат історичних наук, доцент кафедри археології, давньої та середньовічної історії України, СНУ імені Лесі Українки, rudyanini@i.ua

Сашук Оксана Степанівна – студентка V курсу спеціальності «міжнародна інформація», кафедра міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, forksuha20@gmail.com

Терещук Віталій Іванович – кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та суспільних комунікацій, Університет економіки та права «КРОК», vtereshchuk@ukr.net

Терещук Марина Ігорівна – аспірантка кафедри міжнародної інформації, СНУ імені Лесі Українки, maryna.tereshchuk@gmail.com

Федонюк Сергій Валентинович – кандидат географічних наук, доцент кафедри міжнародної інформації, СНУ ім. Лесі Українки, fedoniuk@ukr.net

Шульська Наталія Миколаївна – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри соціальних комунікацій, СНУ імені Лесі Українки, nat_sh@ukr.net

Яцечко-Блаженко Тетяна Володимирівна – старший викладач кафедри документознавства та музейної справи, СНУ імені Лесі Українки, jacechkotv@gmail.com