

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИМІР СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ

УДК 32.327.(327.7)

Гончаренко Я.І.

Національний авіаційний університет, Київ

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИМІР СУЧАСНОГО СВІТОВОГО ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ

Безсумнівним є те, що використання нових інформаційних технологій – це позитивне надбання людства. Проте якщо технічні інформаційно-комунікаційні здобутки розвиваються швидко, то психологічно суспільство не завжди має здатність до сприйняття великих обсягів інформації.

Інформаційний вибух – різке збільшення обсягу інформації, що повинна сприйняти, зберегти та використати людина в процесі діяльності.

«Революція гідності» чи проведення антитерористичної операції продукують інформаційні вибухи, які розповсюджуються на абсолютну більшість населення. Причинами масштабів цих інформаційних сплесків є: беззаперечний вплив розвитку подій на рівень життя, політичну, економічну та військову ситуацію; тиражованість новин у всіх ЗМІ; участь достатньої кількості населення в якості безпосередніх учасників подій; тренд підтримки визначеної сторони конфлікту. Обтяжує інформаційне поле використання інструментів пропаганди іншою стороною конфлікту, а також внутрішній розподіл думок і високий емоційний фон. Синдром інформаційної втоми (за теорією провідного англійського психолога доктора Девіда Льюїса) – результат занадто великого обігу інформації, що викликає обмеженість аналітичного мислення та ускладнює прийняття оптимальних рішень.

В контексті українського інформаційного простору періоду Майдану 2014 та початку бойових дій на сході країни, інформаційна втома уражує суспільство більш гостро та на довший період. Через ступінь важливості подій та їх впливу на майбутнє держави та громадського суспільства загалом, потреба в новинному супроводі залишається, але сприймається значно важче і потребує кількісного зменшення. Протиріччя інформаційної втоми і потреби в інформації одночасно породжує нову потребу суспільства – лаконічну думку, що поєднує в собі особистісний авторитет автора і його розуміння певної проблематики. Здатність продукувати новини, що базуються на аналізі критичних мас інформації та особистій думці в цей період мають тільки індивіди, що мають меншу чутливість до інформаційного шуму і таким чином не відчувають (або відчувають менше) інформаційну втому. Таким чином саме вони отримують можливість формувати громадську думку і впливати на прийняття політичних рішень.

Відповідно можна помітити циклічність цього процесу. Індивід, який пройшов етапи інформаційного вибуху та шуму, але не підданий інформаційній втомі, підіймається вверх ланки і часто сам стає частиною (активною чи пасивною) інформаційного вибуху наступного періоду.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

ПЕРЕНАСЕЛЕННЯ ЯК ОДНА З НАЙГОСТРІШИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ЛЮДСТВА

На межі третього тисячоліття демографічні процеси, що відрізняються настільки бурхливими формами і такою інтенсивністю, все сильніше загострюють глобальні проблеми людства. Важливість і значущість цього процесу постає настільки серйозним явищем нашого існування, що потребує цілковитого переосмислення шляхів суспільного розвитку в загальнопланетарному масштабі, які зачіпатимуть життєві інтереси народів всіх країн світу і можуть бути вирішені лише в результаті їх взаємодії. Саме це і сприяло створенню у 1969 р. спеціального Фонду ООН для діяльності в галузі народонаселення (ЮНФПА).

Глобальність проблеми народонаселення передусім пов'язана з так званим «демографічним вибухом», який до того ж супроводжується нерівномірністю зростання чисельності населення в різних країнах, причому найвищий приріст населення спостерігається у найбідніших регіонах світу - країнах, що розвиваються. Так, якщо темпи приросту населення в Африці, Азії і Латинській Америці протягом ХХ ст. складали близько 2,5% в рік, то в розвинених країнах він не перевищував 1%. Потенційна загроза розвитку сучасної демографічної ситуації полягає у тому, що статистика населення світу демонструє жакливі дані: 1 млрд. безробітних, 1 млрд. голодуючих, 1 млрд. неграмотних, 1,5 млрд. знедолених, що перебувають за «межею бідності». Наростаюча напруженість у цій сфері полягає і у тому, що демографічний вибух має тенденцію породжувати низку і інших глобальних проблем, які мають бути вирішені аби забезпечити гідну якість життя, а саме: ускладнює економічний розвиток держав, зумовлює жебрацтво, загострює проблему охорони природи, оскільки чим більше людей з'являється, тим більше споживається енергії, а це призводить до екологічних проблем на кшталт глобального потепління, виливів нафти, накопичення радіоактивних відходів тощо. На думку вчених чисельність населення збільшується у геометричній прогресії, тоді як харчові ресурси, необхідні для життя цього населення, - в арифметичній. Тобто, не має сумніву, що рано чи пізно, населення зіткнеться з проблемою нестачі харчових ресурсів. Адже планета не здатна забезпечити потрібними ресурсами необмежену кількість населення, через їх вичерпність. Стримати подібні процеси здатні лише війни, злидні та хвороби. За даними ООН для задоволення потреб, відповідних сучасному західному суспільству, сировини та енергії вистачить тільки на 1 млрд. людей, тобто на так званий "золотий мільярд".

Головними інструментами, що здатні послабити демографічну напруженість, виступають заходи, які спрямовані на зменшення показників народжуваності, підвищення рівнів освіти, здоров'я, грамотності населення, соціального статусу жінок, впровадження політики планування сім'ї (що здатне вже до 2050 року зменшити ріст людства на сотні мільйонів). Ці рішення будуються на

закономірності світового демографічного переходу і дають змогу вченим спрогнозувати певну стабілізацію приросту населення. Але передусім, звісно, людство повинно усвідомити серйозність та масштабність демографічної кризи та бути готовим адаптуватися до змін, що будуть спричинені демографічною політикою та взяти за головну ціль скорочення природного приросту населення у тих країнах, де він загрозливо великий. Адже, якщо головна проблема лежить в різниці рівнях розвитку між бідними регіонами та розвинутими країнами, то зменшення прірви цього співвідношення хоча б до 1:4 (сьогодні маємо 1:17) призведе до мобілізації саморозвитку відсталих країн. Проте, нам все одно буде ще далеко до справжньої стабілізації населення Землі. Адже перенаселення – явище з довгостроковим характером і користь від вище перелічених заходів, впроваджених зараз, зможуть відчуті тільки наші нащадки. Тому сьогодні знайдення шляхів для правильної демографічної політики, раціональне інвестування в людський капітал, прискорення переходу до екологічних технологій та скорочення споживання природними ресурсами – це є головні завдання свідомого суспільства.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

УКРАЇНА ТА «ВІДКРИТЕ НЕБО» ЄВРОПИ

Питання "відкритого неба" між Україною та ЄС залишається невизначеним та неоднозначним. З однієї точки зору взаємне відкриття авіаційних ринків, застосування європейських стандартів в галузі безпеки, соціальних послуг, управління повітряним рухом та охорони навколишнього середовища буде величезним кроком вперед для держави. Для українських громадян «відкрите небо» - це в першу чергу - зниження цін на авіап перевезення і підвищення їх доступності завдяки приходу в країну нових лоукост-компаній (бюджетних авіакомпаній), розширення географії польотів, особливо з регіональних аеропортів, які зараз обслуговують поодинокі рейси або взагалі не обслуговують регулярні перельоти.

Але існує ряд питань, які можуть нести катастрофічні наслідки для українських перевізників та авіаційної промисловості. Головний страх вітчизняних авіаперевізників - на український ринок придуть європейські лоукости і просто витіснять українські авіакомпанії. Безумовно, посилення конкуренції на ринку неминуче тягне за собою ризики для авіакомпаній, не здатних функціонувати в нових умовах. Це стосується українських перевізників, які активно працюють на рейсах між Україною та ЄС. В першу чергу вітчизняні авіакомпанії програють у «війні цін». Для того, щоб конкурувати нарівні з авіакомпаніями країн ЄС, українським перевізникам доведеться знижувати ціни, а вони цього зробити не можуть, оскільки собівартість їхніх послуг набагато вища, ніж у європейців. В аеропортах Європи дійсно існує проблема слотів. Після підписання угоди про "відкрите небо" українські авіакомпанії можуть зіткнутися з проблемою отримання вільних годин для зльоту і посадки в аеропортах західних країн. Цілком може статись так, що українські компанії будуть прилітати / відлітати в незручний для пасажирів час (рано вранці або пізно ввечері). В цьому випадку клієнти віддадуть перевагу іншим авіакомпаніям. Найбільш проблематичним з точки зору українських перевізників буде перехід до європейських стандартів авіації (впровадження стандартів аудиту IOSA в якості базових, для отримання міжнародного сертифіката перевізника українськими авіакомпаніями). Тільки два найбільших вітчизняних перевізника - МАУ і «АероСвіт» - свого часу пройшли аудит за даним стандартом. Тільки два, з майже 30 авіакомпаній, які займаються перевезеннями пасажирів. Причиною слугує як складність процедур, так і необхідність серйозних інвестицій в техніку і сертифікацію персоналу. За великим рахунком, якщо переходити на дані стандарти, перевізники повинні будуть відмовитися від застарілої техніки радянських часів і перейти на використання сучасних літаків. При цьому інвестиції в перепідготовку можуть скласти мільйони доларів. На перший погляд інвестиції в безпеку завжди виправдані, але з іншого боку, найімовірніше з ринку піде більшість дрібних операторів, і «правити бал» будуть найбільші гравці, а це в свою чергу призведе до значного скорочення робочих місць в авіаційній галузі.

Держава повинна побороти внутрішню монополію на авіап перевезення і захистити вітчизняні авіакомпанії з приходом європейських потужних авіаперевізників.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

УДК 004.738.5(043.2)

Заєць О.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ВСЕСВІТНЯ МЕРЕЖА ІНТЕРНЕТ: БРАУЗЕРИ

Всесвітня мережа Інтернет розвивається надзвичайно швидко. З її розвитком активно рухаються вперед і веб-оглядачі або браузери. Браузер (з англ. Web-browser) – це програмне забезпечення для комп'ютера або іншого електронного пристрою, як правило, під'єданого до Інтернету, що дає можливість користувачеві взаємодіяти з текстом, малюнками або іншою інформацією на гіпертекстовій веб-сторінці.

Найпопулярнішими браузерами сьогодні є Internet Explorer, Opera, Mozilla FireFox, Chrome, Safari. Вигляд веб-сторінки (гіпертекстового документа) у вікні браузера залежить, від використаних у ній тегів – команд мови розмітки HTML.

Майже всі сучасні браузери здатні відтворювати не лише текстову інформацію, а й ілюстрації у форматах JPG, PGN і GIF – це найпоширеніші формати растрової графіки (останній – W3C).

Основою будь-якого сучасного браузера є движок (рушій виведення чи двигун розміщення) – це програмний рушій, який працює з розміченим вмістом (таким як HTML, XML файли, файли зображень тощо), а також форматувальною інформацією (CSS, XSL файли тощо), і виводить вміст на екран згідно з форматкуванням у зручному для спостереження вигляді.

Основними движками є Trident (використовується в Internet Explorer), Gecko (Mozilla FireFox), WebKit (Safari, Maxthon) і Presto (Opera). Існують браузери, що використовують два чи навіть більше движків (Maxthon, Lunascape).

Одна з головних особливостей браузерів полягає у тому, що вони надають можливість переміщатися всім простором Всесвітньої павутини.

В Україні, за даними StatCountet, на початок січня 2015 року найпопулярніший браузер Google Chrome з часткою 39,24%, за ним йде Internet Explorer, в активі якого 17,9%. Замикає трійку лідерів Opera, яка має 16,6%. Четвертим у списку йде Mozilla FireFox із часткою 16,6%, закінчує перелік Safari із часткою 3,13%.

За останній рік (2014) частка оглядача від Google Chrome постійно збільшується, тому він вважається найдинамічнішим браузером.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

РАДА БЕЗПЕКИ ООН: ВИКЛИК РЕФОРМИ

Рада Безпеки (РБ) ООН є однією з найважливіших багатосторонніх інституцій, що приміряє на себе роль світового уряду і є єдиним органом світової спільноти який може приймати законні зобов'язуючі резолюції для підтримки міжнародного миру та безпеки. РБ ООН складається з 15 членів, 5 з яких є постійними та володіють правом вето (США, Велика Британія, Франція, Російська Федерація та Китай).

Структурно, орган залишається незмінним з 1946 року, породжуючи дебати щодо своєї ефективності та законності в якості арбітра у вирішенні питань міжнародної безпеки. 60 років тому склад РБ ООН визначався військовою могутністю країн. Таке співвідношення не є актуальним сьогодні, оскільки розстановки сил змінилась і не всі глобальні проблеми можливо вирішити шляхом застосування зброї. Такі виклики як зміна клімату, масові міграції, торгівля зброєю, голод потребують переосмислення того, що гарантує міжнародну безпеку. До того ж постійні члени не представляють інтереси країн Латинської Америки та Африки. Такі країни як Бразилія, Німеччина, Індія, Японія, Нігерія, Південна Африка вже прагнуть постійного представництва в РБ. Людство потребує Ради Безпеки з всесвітньо визнаним авторитетом. Сьогодні вона такою не є.

Серед планів щодо реформування РБ ООН виділяється план «Великої 4» - Бразилії, Німеччини, Індії та Японії – збільшити кількість місць в РБ до 25, з додатковими 6 постійними без права вето та 4 непостійними. Нові постійні місця будуть закріплені за країнами Африки (2), Азії (2), Латинської Америки (1) та Західної Європи та інших країн (1). При чому країни мають обиратися згідно з їхнім внеском до підтримки міжнародного миру.

Інший план передбачає додавання лише непостійних членів без права вето, які обиратимуться Генеральною Асамблеєю строком на років та представлятимуть регіони Африки (6), Азії (5), Латинської Америки (4), Західної (3) та Східної (2) Європи.

Перевагою такої системи буде те, що нові місця будуть розподілятися по регіонах, а фактично державу, що займатиме позицію буде висувати регіональна група. А «нереформування» п'ятірки постійних членів дасть більше впевненості групі непостійних членів, які отримують представництво на довший термін, побудує довіру та інституційну пам'ять і забезпечить кращу роботу РБ на регіональному та глобальному рівнях.

Науковий керівник - В.І. Мазур, доцент НАУ

УДК 3.2.019.51.654.19(043.2)

Ізмельсва О.І.

Національний авіаційний університет, Київ

ТЕЛЕКАНАЛ RUSSIA TODAY ЯК ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ РОСІЇ

ЗМІ формують картину світу. Вони транслюють цінності, впливають на умонастрої, цементують або руйнують ідеології.

Для того, щоб виправити негативний образ країни на міжнародній арені, покласти кінець пануванню таких західних держав, як США та Великобританія, своєчасно доносити і роз'яснювати світу позицію Москви з міжнародних питань, а також сформувати образ Росії як великої держави, російський уряд провів ключові заходи для розвитку новинного видання і транслювання його за кордон. Це видання, що стало сьогодні одним з основних світових ЗМІ, - телеканал Russia Today (RT).

Президент Путін особисто взявся за просування каналу, давши RT інтерв'ю, у якому зачепив такі делікатні теми, як сирійська криза і власний шлюб. Таким чином канал сформував порядок денний та одночасно різко підвищив популярність власного бренду. Матеріали RT висвітлюють позицію Росії та стають прикладом «особливої думки», привертаючи увагу публіки. «Поглядайте, що скаже RT» - ці слова уже стали традиційною настановою у провідних новинних виданнях світу. Відділи телеканалу розміщені у таких містах, як Вашингтон, Нью-Йорк, Берлін і Газа. Окрім цього, канал не скупились на витрати, наймаючи на роботу відомих в усьому світі телеведучих, редакторів, технічних працівників.

Стратегічним кроком RT в епоху розквіту соціальних медіа стало активне використання соціальних мереж. Таким чином канал підвищив ефективність власного бренду і почав здійснювати вплив на людей, особливо молодих користувачів всесвітньої мережі і глядачів з «не-західних» країн. Москва намагалася створити противагу CNN та BBC. І їй це вдалося. Телевізійна мережа RT – це три цілодобові інформаційні телеканали, що віщають більш ніж у 100 країнах світу англійською, арабською та іспанською мовами; телеканали RT America та RT UK, що виходять в ефір із власних студій Вашингтона і Лондона; документальний канал RTD, а також глобальне новинне відеоагенство RUPTLY, що пропонує ексклюзивні матеріали телеканалам усього світу. Канал RT цілодобово доступний уже 700 мільйонам глядачів з усього світу. У 2014 році канал запустив інформаційний портал німецькою, а у 2015 році – французькою мовою.

У Великобританії RT зібрав аудиторію з двох мільйонів глядачів і став найпопулярнішим іноземним англійським каналом наряду із «Аль-Джазірою». У США RT – другий за популярністю після BBC. На Youtube RT – номер один за кількістю переглядів новинних відеоматеріалів.

Російський уряд добре розуміє, що інформаційний вплив є важливою складовою «м'якої сили» держави. Більше того, він зробив нарощування цього впливу частиною державної стратегії.

Науковий керівник - В.І. Мазур, доцент НАУ

ВРАЗЛИВІСТЬ ГЛОБАЛЬНОЇ СИСТЕМИ БЕЗПЕКИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ (НА ПРИКЛАДІ HEARTBLEED)

В умовах цінності будь-яких інформаційних ресурсів, забезпеченні цілісності та безпеки інформації, як ніколи раніше, потребує у забезпеченні надійних умов у користуванні мережею Інтернет. В таких умовах HeartBleed може стати, якщо ще не стала, найбільшою інформаційною вразливістю нашого часу, та зайняла почесне перше місце минулого року за частотою освітленості інтернет-ЗМІ.

Heartbleed, загалом, можна розглядати як серйозну уразливість в найпоширенішій бібліотеці криптографічного програмного забезпечення OpenSSL. Ця слабкість дозволяє красти інформацію, що охороняється шифруванням SSL/TLS, використовуваний для захисту в Інтернеті. Щоб повністю оцінити всю масштабність серйозності цієї проблеми, треба уточнити, що протокол SSL/TLS забезпечує безпеку зв'язку та конфіденційність в Інтернеті для таких додатків, як Інтернет, електронна пошта, обмін миттєвими повідомленнями (IM) і деякими віртуальними приватними мережами (VPN) – тобто, прямо або опосередковано стосується кожного користувача Мережі Інтернет.

Ця вразливість дозволяє читати оперативну пам'ять частинами, що розміром не перевищують 64Кб. Причому дана вразливість двостороння, що означає, що не тільки ви можете читати дані з уразливого сервера, але і сервер зловмисника може отримати частину вашої оперативної пам'яті непомітно, якщо ви використовуєте вразливу версію OpenSSL. Ця помилка була виявлена у квітні 2014 року командою інженерів з безпеки Codenomicon (Ріку, Антті, Метті) та Неелем Мехта з Google Security, який першим повідомив про це команді OpenSSL.

За деякими оцінками проблема охоплювала до половини підтримуючих захищене з'єднання серверних систем в Мережі, включаючи зібрані з OpenSSL 1.0.1 веб-сервери (Apache httpd, nginx), поштові сервери, XMPP-сервери, VPN-системи, шлюзи і приховані сервіси анонімної мережі Тор. Особливо болісно це може позначитися на фінансових серверах та платіжних шлюзах, через які здійснюються платежі.

Завдяки широкому висвітленню проблеми за два дні з моменту її оприлюднення близько 1/3 всіх серверів встигли застосували оновлення з усуненням уразливості. Проте, сама проблема ще далека від свого вирішення. Потенційно будь-який пароль і сертифікат міг потрапити в руки зловмисників, і незрозуміло, коли і де подібні витоки можуть проявитися.

У висновку треба зазначити, що захищеність серверів, каналів зв'язку, даних тощо – це головний пріоритет сьогочасності, де можливість непомітного проведення атаки у таких уразливих місцях, без залишення будь-яких слідів, може призвести до глобальних проблем у різних сферах людської діяльності.

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ

Під політикою безпеки інформації слід розуміти набір законів, правил, обмежень, рекомендацій т. ін., які регламентують порядок обробки інформації і спрямовані на захист інформації від певних загроз.

Проблеми захисту інформації:

1. Збільшення обсягів інформації, що накопичується, зберігається та обробляється за допомогою ЕОМ та інших засобів обчислювальної техніки.

2. Сучасні комп'ютери за останні роки отримали гігантську обчислювальну потужність, але стали набагато простішими в експлуатації. Це означає, що користуватися ними стало набагато простіше і що все більша кількість нових користувачів одержує доступ до комп'ютерів.

3. Прогрес у сфері апаратних засобів супроводжується ще більш бурхливим розвитком програмного забезпечення.

4. Практично зникають розбіжності між даними і програмами, що виконуються, за рахунок появи і значного поширення віртуальних машин і різних інтерпретаторів. Тепер будь-який розвинутий додаток від текстового процесора до браузера не просто обробляє дані, а інтерпретує інтегровані в них інструкції спеціальної мови програмування, тобто по суті це є окремою машиною.

5. Має місце істотний розрив між теоретичними моделями безпеки, що оперують абстрактними поняттями типу об'єкт, суб'єкт і т. п, і сучасними інформаційними технологіями. Це призводить до невідповідності між моделями безпеки і їх впровадженням у засобах обробки інформації.

6. У сучасних умовах надзвичайно важливим є обґрунтування вимог безпеки, створення нормативної бази, яка не ускладнює задачі розроблювачів, а, навпаки, встановлює обов'язковий рівень безпеки.

7. Має місце винятково складне становище в Україні у галузі інформаційних технологій. Україна з 48-мільйонним населенням має один з найвищих у світі індексів освіченості (98 %) і величезний потенціал, але залишається країною з низькою технологічною промисловістю і слабкорозвиненою інфраструктурою.

8. Глобальна безпека. В останні роки у світі різко загострилися проблеми, що пов'язані із забезпеченням безпечної діяльності людей узагалі. Внаслідок політичної та економічної нестабільності постійно виникають різні негативні явища – від локальних воєн до міжнародного тероризму. Тому різко ускладнилася проблема забезпечення економічної, матеріальної і навіть фізичної безпеки людини.

Науковий керівник - В.І. Мазур, доцент НАУ

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ ТЕРОРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Зростання ролі інформації та комунікації за останні декілька десятиріччів сприяло глобальній зміні людського суспільства та світового устрою, відбившись в усіх сферах життєдіяльності людини. На жаль, впровадження та активне застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій та інших здобутків «нової інформаційної епохи» внаслідок цього процесу мало і негативні сторони. Зокрема, це стосується терористичної діяльності.

Особливістю сучасного тероризму стає активне застосування, у якості важливого елемента маніпуляції, інформаційно-психологічних технологій для впливу на людську свідомість та суспільну думку, із можливістю використання глобальних комунікацій. Такі дії терористів розраховані, в основному, на виклик інформаційно-психологічного шоку серед великих мас, що має забезпечити таким чином досягнення зловмисниками своїх цілей. Вміло враховуючи здобутки інформаційної епохи та існування глобальних ЗМІ, терористи зробили своєю основною зброєю та інструментами впливу телебачення та кіберпростір.

Відомі на весь світ терористичні організації, такі як «Аль-Каїда», «Галібан», «ДІЛ», «Аль-Шабаб», «Боко харам» та інші угруповання використовували і продовжують використовувати для пропаганди своїх ідей і залякування супротивників засоби масової інформації та соціальні мережі ще з середини минулого десятиліття. Найбільш потужні міжнародні терористичні організації створюють власні засоби масової інформації та інтернет-ресурси, що використовуються для пропаганди своєї ідеології та інформаційного висвітлення своєї діяльності. Причому, як показує приклад джихадистської терористичної організації «ДІЛ», терористи знайшли здатність виготовляти медіа продукцію вельми високої якості, що підвищує її потенціал впливу на свідомість.

Таким чином, можна стверджувати, що в сучасних умовах прогресу інформаційних технологій, інформаційний фактор став невід'ємною складовою тероризму як суспільно-політичного явища. Наразі величезні технологічні та комунікаційні досягнення людства досить активно використовуються терористами. Тероризм і мас-медіа виявилися тісно пов'язаними. Газети, журнали, телебачення, радіо, і, особливо, Internet стали засобами інформаційного супроводу цього глобального явища.

Науковий керівник – М.М. Алієв, канд. політ. наук, доцент

УДК 32.327.(327.7)

Комісарчук А.П.

*Національний авіаційний університет, Київ***ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Людська цивілізація в своєму розвитку пройшла чотири інформаційні революції, які кардинально змінювали способи обробки інформації, виробництва, стиль життя та системи цінностей. Багато вчених переконані, що нинішнє розгортання інформаційної революції пов'язане з швидким темпом розвитку інформаційних та комунікаційних технологій. Уже неможливо уявити світ без Інтернету, комп'ютерів, мобільних пристроїв та інших інформаційних технологій.

З давніх часів люди завжди прагнуть заглянути у майбутнє. Сьогодні питанням прогнозування майбутнього займаються найвидатніші вчені світу. Що чекає людство через 20, 30 чи навіть 100 років? На це питання дає відповідь відомий американський фізик Мічіо Каку в своїй книзі "Фізика майбутнього". В кожному розділі автор пропонує прогноз щодо розвитку комп'ютерів, штучного інтелекту, медицини, нанотехнологій, космічних подорожей та ін. Вчений пророкує в майбутньому автомобілі, що будуть їздити самостійно, доступ до Інтернету через контактну лінзу, безсмертя, вирощування органів на заміну, генетичне моделювання своїх власних дітей, телепортацію, космічний ліфт. Люди зможуть керувати речами подумки, фотографувати свої сновидіння. Завдяки 3D-принтерам людина зможе отримати будь-яку річ, не виходячи із дому, створивши таким чином свою власну міні-фабрику. В 2100-му році все наше буденне життя буде роботизовано: роботи - кухарі, роботи - адміністратори, роботи - домашні тваринки і т.і. Завдяки всім цим технологіям люди зможуть вести спосіб життя, який нагадуватиме життя богів на Олімпі.

На противагу таким ідеалістичним ідеям виступає позиція відомих вчених Стівена Хокінга та Елона Маска, які вбачають в дослідженні штучного інтелекту загрозу цілому людству. На їх погляд "інтелектуальні можливості машин можуть перевершити інтелектуальні здібності людей, які їх створили" і тому люди, які обмежені біологічною еволюцією, не будуть здатні конкурувати і будуть замінені. До цієї думки приєднується і засновник компанії Microsoft Білл Гейтс. Темі штучного розуму присвячено чимало кінофільмів, серед яких "Матриця", "Я, робот", "Вона", "Термінатор", "Машина" та інші. Таким чином, постає найголовніше питання – чи не прийде на зміну стрімкому розвитку людства його деградація? Адже, коли людям не доведеться старатися задля отримання певних речей і навіть гроші втратять сенс, то зникне будь-яка мотивація до діяльності.

Отже, інформаційно-комунікаційні технології є важливим фактором, що впливають на формування суспільства в XXI ст. В майбутньому вони змінять образ життя людей, їх ціннісну систему та професійну діяльність, стимулюватимуть розвиток світової економіки, дозволять людині ширше реалізувати свій потенціал.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ НА БАЗІ КОНЦЕПЦІЇ WEB 2.0

Сучасне суспільство характеризується як інформаційне, в якому має місце активне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в усіх його ланках. ІКТ та принципово нові можливості масової комунікації, що надають Інтернет-сервіси Web 2.0 (соціальні медіа) стають дедалі вагомішим чинником впливу на життя і розвиток людства. Web 2.0 - поняття, яким користуються для позначення ряду технологій та послуг Інтернету, точніше його частини - всесвітньої павутини, відомої також як Веб (англ. WWW). Окрім того цим поняттям описують зміну сприйняття Інтернету користувачами.

Для точної характеристики Web 2.0 використовуються кілька основоположних принципів, більшість з яких було зазначено в статті Тіма О'Рейлі, засновника компанії O'Reilly Media.

Перший принцип. «Web як платформа» передбачає розробку і впровадження застосувачів, використання яких є можливим безпосередньо з веб-браузера. Це так звані Rich Internet Applications — насичені Інтернет-застосувачі. Вони мають функції традиційних програм для комп'ютера, але їх можна запустити прямо з Інтернету.

Другий принцип. Використання при створенні веб-застосувачів нових веб-технологій. Web 2.0 подарував Інтернету AJAX, синдикацію контенту (RSS), фолксономію і багато іншого.

Третій принцип. Співпраця розробників та користувачів у відкритій інформаційній інфраструктурі.

Четвертий принцип. Соціальні мережі та блогосфера. Саме вони вивели спілкування та інформаційну взаємодію між користувачами Інтернету на абсолютно новий рівень.

Перевагами цього різновиду медіа є небачена раніше оперативність, лабільність, доступність, ємність, а найголовніше – інтерактивність і мережна архітектура, що уможлиблює і навіть стимулює необмежене зростання їхньої аудиторії. Достатньо сказати, що соціальні медіа стали центром, найпопулярнішою складовою сучасного Інтернету, яким у світі користуються нині понад 2 млрд осіб. Більше 60 % людей є активними користувачами інтерактивних сервісів Web 2.0. Сьогодні з 100 найбільш відвідуваних сайтів у світі 20 – це класичні соціальні мережі, ще 60 – тією чи іншою мірою використовують Web2.0, тобто є соціалізованими.

Уже тепер потенціал соціальних медіа є достатнім, аби з їх допомогою влаштувати повномасштабний соціальний катаклізм («блогерні революції» в Єгипті, Тунісі, Ємені), загальнонаціональну акцію, переважно віртуальними засобами організувати громадський або політичний рух тощо. Глобальний

розвиток соціальних медіа та мережевих спільнот все ще знаходиться у фазі кількісного збільшення.

У 2012 році виникла ідея створення Web 3.0. Експерти характеризують ці розробки так: Web 1.0 - це «просто зв'язок» між користувачами, Web 2.0 - «соціальне» спілкування, а Web 3.0 - це «мобільне» спілкування. Останнє характеризується, по-перше, постійною присутністю людини в онлайні (завдяки мобільному інтернету), по-друге, можливістю оперативно створювати медіа-контент (фото, відеоролики, аудіозаписи) для завантаження в мережу, а також можливістю показувати свої географічні координати. Але сьогодні Web 3.0 знаходиться в процесі вдосконалення і не може бути представлений як готовий продукт, доступний та зручний для споживачів.

Отже, Веб 2.0 - це Інтернет для користувачів і від користувачів, це новий рівень взаємодії користувачів з Інтернет ресурсами. Користувач Веб 2.0 виступає не просто споживачем контенту, який дбайливо надано йому авторами сайту, а також бере посильну участь в створенні цього контенту та впливає на подальший розвиток сервісів. Водночас практика свідчить про те, що сервіси Web 2.0 можуть бути не просто технологічною платформою для нових форматів масової комунікації, але й надзвичайно ефективним інструментом соціальної самоорганізації та мобілізації.

Науковий керівник - В.І. Мазур, доцент НАУ

FORMATION OF NEW LEXICON IN THE AGE OF INFORMATIZATION

The process of formation of new words is constant, but during some periods it can be especially intense. Now we are living during one of such periods, which can be called the age of informatization. This age is characterized by the emergence of a new type of society that was formed as a result of the development of education, science, new technologies, data from other cultures, changing ideological and cultural worldview, formed variety of communication channels. One of the most essential and integral effects is an information nominative explosion.

The Information Age has made our language much more complex. Completely apart from buzzwords and the verbal fast-food jargon that clogs our communications channels, thousands of legitimate technical terms enter our collective lexicon every year. Such words as e-cruitment, cappuccino economy, enronomics are connected with the implementation of information technology in economics. A lot of new words appeared because of significant spread of terrorism in the XXI century. Among them:

- franchise terrorism (Terrorism carried out by people hired or inspired by, but who have no formal contact with, a separate terrorist organization.);
- anti-terror czar (head of U.S. department against terrorism);
- focused prevention (espial and destruction of terrorist leaders)

The development of innovative technologies and Internet as a communication channel of data transmission and as a means of mass communication in the XXI century has led to the emergence of a global information environment, which is a center of the formation of new information terminology . It includes such terms as: geekerati (the elite members of the technological class.), hackint (secret information, especially of a military or political nature, obtained by breaking into a computer system.), honeynet (a network set up to attract computer crackers so their actions can be observed), information warfare (a form of warfare that attempts to disrupt or disable an enemy's computers, networks, and other sources of information).

To sum up, the growth rate of lexical structure in different spheres of social life is obvious and the need to study and organize new vocabulary is vital.

Науковий керівник - О.В. Соснін, д-р політ. наук, професор

УДК 327:004.4(043.2)

Могілевська К.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО РИНКУ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Розвиток політики та міжнародних відносин завжди був пов'язаний з науково-технічним прогресом, який на протязі історії фактично формував міжнародний вимір політичних зв'язків. Ринок інформаційних послуг виробляє та пропонує ряд програмних продуктів, що впливають на розвиток багатьох сфер життя, в тому числі і на сегмент міжнародних відносин.

Обсяги розвитку ринку інформаційних систем і технологій у світі, ринок програмного забезпечення невпинно зростає.

Для уряду кожної країни важливим є правильність та вчасність у прийнятті зовнішньополітичних рішень, що неможливе без швидкого доступу до достовірної інформації. Можливість доступу до великої кількості інформації в реальному часі надають інформаційні системи. За допомогою баз даних це можливо з будь-якої країни і будь-коли.

Велике значення для вірних дій уряду у формуванні векторів зовнішньої політики відіграють комп'ютерні та інформаційні послуги, аналітичні дані та можливість обробки великої кількості інформації.

Промисловий сектор інформаційно-комунікаційних технологій, що включає в себе телекомунікаційні послуги, виробництво електронного устаткування, обчислювальної техніки та програмного забезпечення, відіграє важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності країни, як актора міжнародних відносин. Інвестиції в ІКТ призводять до створення нових робочих місць і підвищення соціальних стандартів і як наслідок, зміцнює економіку країни і її позицію на міжнародній арені. Також за допомогою інформаційних і комунікаційних технологій країни вдосконалюють систему освіти. Велике значення має і система електронного врядування та застосування інформаційних технологій у сфері надання державних послуг бізнесу та населенню. У багатьох країнах більше 70% платників податків заповнюють податкові декларації в електронному вигляді. У режимі онлайн здійснюється також велика частина інших операцій.

Такі інтерактивні інформаційні системи, як INSPIRE та Smartsettle, призначені для онлайн-переговорів і використовуються у сфері віртуальної дипломатії державними структурами, які займаються питаннями організації зовнішньополітичної діяльності.

Отже, якість урядових рішень залежить від якісного інформаційного забезпечення, точних аналітичних даних, що передбачають і випереджають події та забезпечують обізнаність центрів прийняття рішень із глобальних проблем міжнародного товариства.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

УДК 8137:004.738.5:8125(043.2)

Пономаренко А.А.

Національний авіаційний університет, Київ

СЕМАНТИЧНИЙ ПІДХІД ДО РІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ АВТОМАТИЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ

На сьогоднішній день проблема автоматичного перекладу є однією з основних у галузі перекладацьких систем. На перший погляд, з цим можна не погодитися, адже таких систем існує досить багато, вони вдало функціонують в мережі Інтернет та мають широку аудиторію користувачів. Проте виникає сумнів, що всі користувачі задоволені якістю самого перекладу та їх влаштовує його результат.

Існують автоматичний та автоматизований типи перекладу. Їх відмінність в тому, що в процесі автоматичного перекладу людина не приймає ніякої участі, на відміну від автоматизованого перекладу, де весь процес перекладу здійснюється людиною за допомогою комп'ютерних технологій. Зосереджуючись саме на автоматичному перекладі, слід зауважити, що на сьогодні в світі існують багато перекладацьких систем, що виконують функції автоматичного перекладу: Google, PROMT, АВВУУ, SYSTRAN тощо. Проте якість перекладу цих систем залишає бажати кращого. Сучасні системи враховують синтаксис, морфологію, але, щодо семантики – роботи знаходяться на рівні теорії, які на сьогоднішній день в повній мірі не були реалізовані на практиці.

Наприклад: речення «Yesterday, at the World Economic Forum in Davos, Chairman Eric Schmidt burnished an old trope that must make the heart of every major technology developer leap a little» система Google переклала так: «Вчора, в рамках Всесвітнього економічного форуму в Давосі, голова Ерік Шмідт полірований старий стежок, які повинні зробити серце кожного великого розробника технологій стрибати небагато».

Семантична система перекладу повинна враховувати значення виразів в переносному значенні, метафори, епітети, фразеологізми, багатозначні слова тощо. При такому перекладі участь людини в процесі перекладу зводиться до мінімуму. Завдання системи – доскональний переклад, урахування всіх особливостей знаків, слів, речень, текстів.

Візьмемо символ «.» (крапка). Крапка - найпростіший елемент писемності, може означати: кінець речення, кінець скороченого слова, кінець ініціалу.

Цей елементарний знак вже має три функції. Проте, з крапки можна створити більш складні конструкції, які мають інші функції «>>» (двокрапка може означати знак ділення або перерахування тощо), «...» (три крапки означають «далі буде», в діалозі може виступати як самостійне речення, що означає мовчання тощо).

Отже, якщо на опис одного або двох елементів писемності (таких як крапка, двокрапка тощо) знадобиться одна сторінка підручника або словника, то на опис елементарних знаків, слів, речень, абзаців, розділів та цілого тексту потрібно буде створити цілу бібліотеку, яка складається зі статей, наукових доповідей та книг. Тому, коли ця бібліотека наукових праць, які написані лінгвістами, буде перетворена в набір алгоритмів, за якими вони зможуть написати систему комп'ютерних програм, тоді і з'явиться семантичний переклад.

Науковий керівник – В.І. Мазур, доцент НАУ

УДК 378.14:81'25

Попович Л.Є.

Національний авіаційний університет, Київ

КОНСОЛІДОВАНА ІНФОРМАЦІЯ У ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2 липня 1993 року Верховна Рада України схвалила “Основні напрямки зовнішньої політики України”. Цей документ визначає базові національні інтереси України і завдання її зовнішньої політики, містить засади, на яких реалізується зовнішньополітична діяльність нашої держави.

Ефективне здійснення зовнішньої політики, говориться в документі, вимагає якісного процесу прийняття рішень. Важливою складовою даного процесу є консолідована інформація.

Поняття «консолідована інформація» охоплює одержані з декількох джерел та системно інтегровані різномітні інформаційні ресурси, які в сукупності наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечності та складають адекватну інформаційну модель проблемної області з метою її аналізу, опрацювання та ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень.

Разом з тим, консолідована інформація покликана із використанням всіх можливостей, активно оперуючи інформаційними ресурсами, розробляти технологічні засади створення інформаційного продукту, виконувати якісно-змістове перетворення інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з науковою (виробництво нового знання) й управлінською (розроблення варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю.

Захист консолідованої інформації може забезпечуватися різними способами, що передбачають моделювання необхідних складових захисту інформації. В Україні основним засобом захисту інформації виступає закон України «Про інформацію» від 02.10.1992.

Отже, консолідована інформація займає чільне місце у зовнішньополітичній діяльності держави, оскільки вона виступає основою у процесі прийняття зовнішньополітичних рішень і створює умови для ефективної реалізації зовнішньополітичного курсу держави.

*Науковий керівник – О.В. Соснін, д-р **політ.** наук, професор*

РОЗВИТОК ВІРТУАЛЬНОЇ ДИПЛОМАТІЇ В УКРАЇНІ

Запровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій об'єктивно зумовило посилення участі України в глобальному інформаційному середовищі, формування нових підходів до дипломатичної діяльності.

Для того, щоб підвищити відповідність сучасним реаліям у сфері дипломатичної практики, в Україні ухвалено низку законодавчих актів, положення яких можна застосувати до віртуальної дипломатії.

«Віртуальна дипломатія» - це прийняття рішень, координацій, комунікацій та практики міжнародних відносин, що проводяться шляхом підтримки інформаційних та комунікаційних технологій, здійснених через мережу Інтернет.

Основою віртуальної дипломатії України є:

- традиційна інформаційно-аналітична діяльність департаментів МЗС, що надають дипломатичним установам доступ до необхідних інформаційних ресурсів, зокрема, задля становлення інтерактивної взаємодії з громадськістю у державах перебування;

- дипломатичні заходи у державах перебування, що відбуваються в онлайн-режимі;

- співпраця з мас-медіа (розміщення на веб-сайтах інформації щодо брифінгів, відповідей на питання журналістів з актуальних міжнародних подій).

До інструментів віртуальної дипломатії України в реалізації її зовнішньої політики відноситься офіційний сайт МЗС України, сайти посольств України, а також всі інформативні центри, метою яких є інформування суспільства щодо здійснення дипломатичних заходів країни з іноземними країнами.

Міністерство закордонних справ України разом з іншими органами державної влади, інформаційними центрами розробляє інформаційно-освітні проекти, реалізація яких засобами віртуальної дипломатії збільшує ефективність, задовольняє зростаючий інтерес у суспільстві до зовнішньополітичної діяльності України.

Основними завданнями, котрі повинна виконати Україна задля підвищення якості функціонування дипломатичних представництв у віртуальному просторі, повинні бути: збільшення поінформованості міжнародного співтовариства, активізація співробітництва з міжнародними організаціями, прискорення євроінтеграційних процесів.

*Науковий керівник – О.В. Соснін, д-р **політ.** наук, професор*

УДК 355.01(100) (043.2)

Резнік Є.О.

*Національний авіаційний університет, Київ***ЗАВДАННЯ ЗАПОБІГАННЯ ТЕРМОЯДЕРНОЇ ВІЙНИ,
ЯК ОДНА З НАЙВАЖЛИВІШИХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ**

Сучасне людство вступило в третє тисячоліття свого розвитку, яке породило нові проблеми й виклики, загостило увагу до традиційних глобальних проблем. Всі ці проблеми породжені роз'єднаністю людства, нерівномірністю його розвитку. Негативні результати і наслідки неузгоджених, непродуманих дій країн, народів, окремих людей, накопичуючись в глобальних масштабах, стали потужним об'єктивним чинником світового економічного і соціального розвитку. Вони роблять все більш істотний вплив на розвиток окремих країн та регіонів. Їх рішення передбачає об'єднання зусиль великої кількості держав і організацій на міжнародному рівні.

Серед глобальних проблем найбільш важливою залишається завдання запобігання світової термоядерної війни, тобто відношення між державами планети, проблема демілітаризації людства. Саме мілітаризм став «раковою пухлиною» людства. Статистика свідчить: у світі нагромаджено стільки різних ядерних боєзарядів (близько 60 тис. загальною потужністю приблизно 55 тис. мегатонн), що ними можна багаторазово знищити все живе на Землі. Саме тому без'ядерний світ — не тільки вища соціальна цінність, а й необхідна попередня умова для вирішення всіх глобальних проблем сучасності, бо в ядерній війні не буде ні переможців, ні переможених. І нарешті, військові витрати - головна перешкода на шляху позитивного вирішення всіх глобальних проблем.

Сучасна ядерна політика більшості держав спрямована на мирне використання атомної енергії. Понад 160 країн, в тому числі і ядерні держави — Велика Британія, Китай, Франція, Росія, США, — є учасниками Договору про нерозповсюдження ядерної зброї. Відповідно до Договору ядерні держави позбавлені права продавати, передавати ядерну зброю та технологію її виробництва іншим країнам і розміщувати її на території інших країн без їхньої згоди.

Але сьогодні все ще зберігається реальна загроза поширення ядерної зброї, а також сучасних ядерних і ракетних технологій, ще не створено належних гарантій від можливого потрапляння ядерної зброї в розпорядження авантюристських, екстремістських правлячих режимів і угруповань. Особлива роль у розвитку міжнародного співробітництва в галузі мирного використання атомної енергії, глобального моделювання і моніторингу належить МАГАТЕ (Міжнародне агентство з атомної енергетики).

Проте спокуюватися успіхами в демілітаризації людства не слід:
- по-перше, зберігається протистояння окремих держав і небезпека для людства локальних конфліктів і малих війн;

- по-друге, в умовах швидкого розвитку атомної енергетики зростає небезпека термоядерного катаклізму через безконтрольного розповзання атомної зброї і потрапляння його в руки політичних маніяків і гангстерів.

Проблема повної демілітаризації людства може бути вирішена тільки на основі усунення гноблення і експлуатації одного народу іншим, подолання економічної відсталості країн, що розвиваються і встановлення справедливого міжнародного економічного порядку. Ця проблема є ключовою в справі переходу до нового історичного типу природокористування, до коеволюційного механізму розвитку людства в гармонії з природою і самим собою.

Науковий керівник – О.Ю. Кондратенко, канд. істор. наук, доцент

УДК: 330.322.16:629.735.33(043.2)

Рябов О.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ СВІТОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ

Сучасні цифрові комунікаційні станції провідних інформаційних фірм, виробників телекомунікаційних засобів, дають можливість фірмам виробникам, спецслужбам або хакерам дистанційно міжнародними каналами зв'язку здійснювати завантаження програмного забезпечення, виключення станції, блокування абонентів у мережах держави, тестування абонентських каналів і телефонних апаратів від цієї станції, реєстрації переговорів.

Одним з основних джерел формування конкурентних переваг ТНК в умовах глобалізації є володіння необхідною інформацією.

Важливим елементом забезпечення захисту інформаційних ресурсів є ефективно діюча система державного, відомчого, регіонального та внутрішнього об'єктового контролю за станом захисту інформаційних ресурсів.

Зважаючи на те, що головним носієм інформації була і є людина, яка має широкі права і свободи у демократичному суспільстві, без відповідного рівня загальноосвітнього та інформаційно-пропагандистського забезпечення проблематичним є формування і становлення цивілізованих ринкових відносин, у тому числі в інформаційній сфері.

Сучасні суспільно-економічні процеси зумовлюють високу соціальну значущість і часто цінність інформації. Інформаційні ресурси є важливим, необхідним елементом економічних, політичних, правових та інших суспільних процесів.

У сучасному світі «інформаційне суспільство» виступає як відповідна гуманітарна категорія, завдяки їй інтерпретується суспільна трансформація, зміна характеру інформаційних потоків, соціокультурних та політичних ідентичностей.

*Науковий керівник – О.В. Соснін, д-р **політ.** наук, професор*

МЕДІАЕКОЛОГІЯ В УКРАЇНІ: РОЗВИТОК ГАЛУЗІ В ДЕРЖАВІ

Актуальність теми полягає в дослідженні питання медіаекології, його контенту і проблем в процесі глобалізації міжнародних відносин, з огляду цих пунктів питання дослідження медіаекології набуває передового значення. Метою даного дослідження є визначення положення розвитку галузі медіаекології в Україні. Передумовами виникнення поняття медіаекологія є те, що у другій половині ХХ сторіччя комунікаційно-інформаційні технології настільки змінили геополітичний ландшафт планети, що вчені заговорили про актуальність розвитку медіаекології.

Сам термін означає наступне: медіаекологія – це міждисциплінарна галузь медіазнавства та медіадизайну, яка вивчає вплив символічних систем і технологій на соціальну організацію, пізнавальні процеси, політичні і філософські ідеї людського суспільства, автором визначення є Ніл Постман. За даними Асоціації Медіаекології класичною дефініцією є наступне: медіекологія – це вивчення медіасередовища; ідея, що технології і методи, модулі інформації і коди комунікації відіграють провідну роль у людській діяльності. У даній галузі відсутній загальний міжнародний нормативний - правовий документ, проте існує конституція і підзаконні акти самої Асоціації Медіаекології, що регулює загальні засади медіаекології та роботи асоціації. Конституція і підзаконні акти були опубліковані наприкінці 2000 р., та викладені в електронному варіанті на сайті організації.

Виникнення медіекології в Україні пов'язане з подіями у 1999 році, коли у червні того року у ЛНУ ім. І. Франка був створений Центр медіа екології на чолі з доктором філологічних наук Потятиником Б.В. (директор Інституту 1999-2009 рр.). До відомих медіекологів України належать також Габор Н.Б. (директор Інститут екології масової інформації ЛНУ ім. І. Франка на даний момент).

Щодо основних проблем медіаекології, то в цілому це є інформаційне перенавантаження та неочищений інформаційний потік, що таким чином негативно впливає на психіку людини у інформаційному соціумі. В Україні проблема забруднення медіасфери є більш гострою, ніж у країнах з розвиненою ринковою економікою, оскільки накладається на ситуацію економічного занепаду.

Отже, вирішення проблем медіаекології може проходити через механізми управління держави та створення неофіційних медіапросторів. Сьогодні надзвичайно важливо виховати в української аудиторії її конструктивне раціонально-критичне ставлення до інформації в цілому. Поки що у більшості українців відсутня здатність до розуміння і розвитку інформаційної культури, яка базується на здатності до самостійного критичного аналізу діяльності ЗМІ і медійного змісту.

Науковий керівник – М.М. Алієв, канд. політ. наук, доцент

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ АЗІЙСЬКО-ТИХООКЕАНСЬКОГО ВЕКТОРУ

На сьогоднішній день чимало зарубіжних політиків, громадських діячів та фахівців у сфері міжнародних відносин скептично ставляться до перспектив євроінтеграції. В якості альтернативи вони пропонують ідею «тихоокеанського співтовариства». Чи є даний шлях співпраці перспективним для України, та які проблеми можуть виникнути при побудові стосунків з країнами Азійсько-Тихоокеанського регіону(АТР)?

Прийнято вважати, що в АТР входять країни і регіони, що знаходяться на західному та східному узбережжі та південній частині Тихого океану. Багато економістів вважають, що з поступовим згасанням старих індустріальних центрів в Європі і США центр світової економічної активності може перенестися в Азіатсько-Тихоокеанський регіон.

Про місце АТР у системі світової економічної інтеграції красномовно свідчать наступні дані. На його частку припадає 60% світового ВВП, 49% світової торгівлі, 40% населення, 46% прямих зарубіжних інвестицій. При цьому на Східно-Азійський економічний центр припадає одна третина світового ВВП і такий самий обсяг світової торгівлі.

На жаль, сьогодні азійський напрям української зовнішньої політики є недостатньо розвинутим. Це пояснюється рядом існуючих проблем. Зокрема, статус України значною мірою позбавляє її можливості безпосередньо користуватися перевагами регіональної інтеграції - пільговим інвестиційним, митним і торговим режимом, що поширюється на країни Південно-Східної Азії відповідно до угоди про вільну торгівлю АСЕАН (АФТА). Крім того, слід відзначити, що основна мотивація розвитку відносин з країнами АТР була і залишається для України в основному економічною. Аналізуючи азійсько-тихоокеанський вектор в контексті реалізації наших економічних інтересів, то співпраця з ним має ряд переваг.

По-перше, розвиток співробітництва з провідними країнами АСЕАН і АТЕС не матиме для України наслідків асиметричної залежності. По-друге, отримати практичну віддачу від такого співробітництва можна в найкоротший термін. Нарешті, цей вектор здатний виконувати важливу функцію балансування зовнішньополітичних пріоритетів України в рамках міжнародної системи, тяжіє до мультиполярності.

У цілому, проаналізувавши проблеми та перспективи співпраці України з країнами АТР, повномасштабне співробітництво на взаємовигідних і рівноправних умовах належить до наших пріоритетних національних інтересів. Адже завдяки політичній підтримці провідних країн регіону, зокрема Китаю, Японії, Південної Кореї, Малайзії, Таїланду і В'єтнаму, на які припадає близько 7% зовнішньоторговельного обороту України, ефективному використанню їх фінансово-інвестиційних, технологічних можливостей, а також досвіду подолання негативних явищ в економіці, можливе прискорення процесу реформування української економіки та поглиблення інтеграції нашої країни у світове господарство.

Науковий керівник – М.М. Алієв, канд. політ. наук, доцент

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА ТА ПОРІВНЯЛЬНОГО
ПРАВознавства**

УДК 343.34

Баца Д.О.

Національний авіаційний університет, Київ

**ВІДМІННОСТІ У ПІДХОДАХ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЬЯТЬ ТЕРОРИЗМУ
І ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОЇ ЗЛОЧИННОСТІ**

Кожна історична епоха переживала певні явища і процеси, до яких була прикута увага людської спільноти протягом тривалого часу і які певною мірою визначали і характер тієї чи іншої епохи. На сучасному етапі явищем, котре поставило під сумнів загальнолюдські цінності, до числа яких відносяться права людини та котрі здавалися непохитними після подій Другої світової війни, став тероризм.

Транснаціональні злочини розуміються як загальнокримінальні злочини, що підпадають під юрисдикцію двох або більше держав. Вони не мають на меті руйнацію системи міжнародної безпеки, втім, транснаціональна злочинність може створювати таку загрозу.

Зв'язок організованої злочинності і тероризму як засобу залякування, шантажування, силового тиску в інтересах організованої злочинності виявляється в тому, що здійснення терористичного акту або погроза його вчинення є одним із засобів організованої злочинної діяльності.

Такий специфічний зміст злочинного впливу тероризму на міжнародне суспільство вказує на його міжнародну сутність і передбачає потребу у специфічних кримінологічних та інших засобах і методах пошуку можливостей упередження і нейтралізації цих злочинних дій. Їх характер і масштаби визначаються інтересами забезпечення безпеки міжнародного суспільства як єдиного великого соціального організму.

Організована злочинна діяльність, як правило, безпосередньо або в остаточному підсумку має корисливу мотивацію. Що стосується тероризму, то він майже завжди має політичний мотив.

Втім, варто зауважити, що вважати тероризм різновидом транснаціональної організованої злочинності було б помилковим, оскільки таке його розуміння принижує його значимість та дезорієнтує антитерористичну нормотворчість. Саме тому було запропоновано виокремити з класичної кримінології її міжнародну галузь, оскільки саме це може слугувати поштовхом до об'єктивного розгляду феномену тероризму та пошуку ефективних шляхів та методів щодо зниження терористичної загрози.

При прийнятті нових міжнародно-правових актів у сфері боротьби з тероризмом варто враховувати всі ці аспекти, інакше проблема тероризму не просто не зникне, а буде поставати все гостріше й гостріше.

Науковий керівник – В.Ф. Антупенко, д-р юрид. наук, професор

**РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРУ АВІАЦІЙНОГО ЛІЗИНГУ
У МІЖНАРОДНОМУ ПРИВАТНОМУ ПРАВІ**

Згідно із Законом України “Про міжнародне приватне право” та Протоколом Кейптаунської Конвенції учасники договору вільні обирати право якої держави буде регулювати їх приватно-правові відносини. Однак, при виборі лізингодавцем-нерезидентом національного законодавства України, виникають деякі конфліктні ситуації.

Згідно із ч. 3 ст. 7 Законом України “Про фінансовий лізинг” лізингодавець вправі відмовитися від договору лізингу, повідомивши про це орендаря та вимагати повернення предмета лізингу на підставі виконавчого напису нотаріуса. Питанням є чи може лізингодавець продовжувати нараховувати платіж за лізинг, припинивши право лізингоодержувача користуватися літаком. Судова практика схиляється до того, що це має бути узгоджено сторонами в договорі, але не суперечити вимогам чинного законодавства України.

Для того, щоб зняти літак з реєстрації заявник має презентувати літак для проведення інспекції згідно із п. 47 Авіаційних Правил України. В Україні такі інспекції неправомірно затягуються до 6 місяців, унеможливаючи повернути літак власнику. Однак, згідно Кейптаунської Конвенції та світової практики така інспекція проводиться не більше 24 годин від моменту отримання орендарем повідомлення від власника про дереєстрацію. Тому, у таких випадках лізингодавці звертаються до застосування права іншої держави. Вони реєструють літак в будь-якій іншій юрисдикції, частіше всього у Ірландії, та застосовують ст. 83 bis Чиказької Конвенції 1944 р. на умовах “сухого” лізингу літаків, що знаходяться в юрисдикціях, де повернення предмета лізингу може бути проблемним.

Законодавство України залишає можливість вибору Міжнародного реєстру чи національного для реєстрації прав вимог власників повітряного судна. Однак, через відсутність широкої практики застосування Кейптаунської конвенції наразі важко сказати, якому реєстру (міжнародному чи національному) суди нашої держави надаватимуть пріоритет при зверненні стягнення на повітряне судно кредиторамі.

Таким чином, через неефективність українського законодавства у сфері лізингу, сторони договору змушені до детального, прискіпливого прописування умов домовленостей або до застосування законодавства іншої держави. Врегулювання проблемних моментів зробить наше законодавство надійнішим у відносинах авіаційного лізингу, що привабить іноземних інвесторів, поглибить міжнародні зв'язки та надасть можливість вітчизняним авіаперевізникам підвищити свої економічні показники.

Науковий керівник – В.І. Дудчак, канд. екон. наук

ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ПОЛОЖЕНЬ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА ОХОРОНИ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ В ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ

Проблема збереження культурних цінностей і передача їх наступним поколінням стосується як всього людства так і окремих країн. Існує проблема неузгодженості норм права в різних нормативно-правових актах пам'яткоохоронного законодавства та імплементації міжнародних норм у внутрішнє право держави. Особливо актуальними є такі проблеми як: недостатня розробка нормативно-правової бази; недосконала система обліку культурних цінностей; неефективні заходи боротьби з порушенням норм охорони культурної спадщини; проблеми їх класифікації, оцінки та збереження.

Чинне законодавство України щодо охорони культурної спадщини в цілому відповідає загальновизнаним принципам і нормам міжнародного права у даній галузі внаслідок імплементації норм ратифікованих документів.

Серед негативних чинників, які перешкоджають подальшому розвитку процесів управління охороною культурної спадщини варто виокремити такі: відсутність цілісної системи державного управління та спеціального уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань охорони культурної спадщини; неефективна державна регіональна політика; незадовільне фінансове забезпечення збереження та розвитку історико-культурного потенціалу; розгалуженість нормативної бази не створює чіткого законодавчого та нормативно-правового поля у сфері охорони спадщини і потребує вдосконалення; неефективна пропаганда національної спадщини та недостатнє її використання для розвитку культурного туризму тощо. Щодо цінностей, які становлять особливу важливість для формування, укріплення та розвитку самосвідомості українського народу, то повинні бути опрацьовані шляхи їх повернення в Україну. Нагальною є необхідність створення дієвої системи спеціальної освіти (надання спеціальних знань).

Отже, Україні потрібно виявляти активність і наполегливість у зовнішніх зносинах з іншими державами у зверненнях про повернення своїх культурних цінностей. Для покращення можливостей захисту національної спадщини компетентні органи держави мають постійно вносити пропозиції щодо включення до попереднього Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО нових номінацій від України. Охорона і примноження культурної спадщини як частини культурного капіталу нашого суспільства, забезпечення широкого доступу до неї є однією з найважливіших стратегічних цілей політики української держави у сфері культури. Реалізація основних завдань стане підґрунтям стабільного розвитку сфери охорони культурної спадщини і дасть змогу піднести її до європейських стандартів.

Науковий керівник – В.Н. Кубальський, канд. юрид. наук, доцент

ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ФАШИЗМ» У КРИМІНАЛЬНОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Юридична доктрина містить концепцію щодо криміналізації міжнародних злочинів у національному законодавстві. Не є виключенням публічне заперечення чи виправдання злочинів фашизму, пропаганда неонацистської ідеології, виготовлення та (або) розповсюдження матеріалів, у яких виправдовуються злочини фашистів та їх прибічників. В Україні даний злочин включено до розділу XX «Злочини проти миру, безпеки людства та міжнародного правопорядку досить нещодавно, у 2014 році.

Поняття «фашизму» та його юридична незакріпленість є фактором, що впливає на кваліфікацію злочину і ставить під сумнів основні засади правосуддя. Однією з причин цього можна вважати відсутність міжнародно-правового визначення даної категорії, незважаючи на те, що рішення Нюрнберзького трибуналу засуджували фашистську ідеологію. У законодавстві України цей термін також не є визначеним.

Проаналізувавши сучасні інтерпретації «фашизму» у літературі, слід навести наступну дефініцію: «фашизм» - це ідеологія, політичний рух, соціальна практика, яка характеризується наступними рисами: проголошення панівного статусу певної нації; нетерпимість та дискримінація відносно інших соціальних груп; впровадження принципів однопартійності та вождізму у керуванні державним апаратом; виправдання терору та насильства в якості засобів здійснення державної політики; мілітаризація.

Якщо звернути увагу на історію внесення даних змін до Кримінального кодексу України, шляхом прийняття Проекту Закону №4745 і дослідити Пояснювальну записку до даного законопроекту, то можна побачити, що автори законопроекту, визначили фашизм, як «ідеологію культу особистості, агресивного шовінізму та расизму, расової обраності, мілітаризму та вождізму». Але, зважаючи на характер цього визначення, його не можна вважати таким, що містить чіткі правові ознаки, які будуть однозначно розумітись і застосовуватись при кваліфікації злочину. Проектами законів «Про заборону реабілітації та героїзації фашистських колабораціоністів 1933-1945 рр.» та «Про заборону пропаганди фашизму та нацизму в Україні» були зроблені спроби визначити дефініцію фашизму, які, на жаль, не привносять ясності у розуміння правових ознак цього злочину.

Отже, заборони, включені у кримінальне законодавство України, не мають чіткого правового змісту, а даною нормою можуть зловживати в ході правозастосування.

Науковий керівник – В.Н. Кубальський, канд. юрид. наук, доцент

ЗАХИСТ ПРАВ ДИТИНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Виходячи з прагнення забезпечити права людини, Європейський Союз (далі – ЄС) у своїй зовнішній діяльності керується такими принципами, як демократія, верховенство права, універсальність і неподільність прав людини та основоположних свобод, повага до людської гідності, принципи рівності та солідарності, а також дотримання принципів Статуту ООН та міжнародного права (ст. 21 Договору про Європейський Союз).

Показово, що в Європейському Союзі не існує цілісного механізму захисту прав людини, і, зокрема, прав дитини. З однієї сторони, слід вказати, що установчі договори ЄС не містять чітко виокремленого переліку прав людини, а лише вказівки на певні принципи та пов'язані з економікою свободи (наприклад, щодо соціального захисту, рівня та якості життя, вільного руху осіб тощо). Хоча, безумовно, на сучасному етапі ця сфера права ЄС динамічно розвивається і особливий внесок у цей розвиток робить Суд ЄС.

З іншої сторони, система захисту прав дитини на рівні ЄС дуже тісно поєднана з національними системами захисту держав-членів цієї організації. Окрім цього, захист прав дитини здійснюється на універсальному рівні (в рамках Організації Об'єднаних Націй) та на регіональному рівні (в межах Ради Європи, учасниками якої є всі держави-члени ЄС). Так, основним міжнародно-правовим джерелом захисту прав дитини вважають Конвенцію ООН про права дитини 1989 р. Ця конвенція визначає політичні, економічні, соціальні, культурні права дітей до 18 років, проголошує право дитини на їх захист та обов'язковість створення для цього необхідних умов. Слід вказати, що внутрішня політика ЄС та його зовнішні зносини базуються на повному дотриманні принципів Конвенції 1989 р. та сприянні їхньому виконанню. ЄС намагається виконувати свої зобов'язання, передбачені Комітетом ООН з прав дитини, шляхом надання технічної та фінансової підтримки третім країнам (наприклад, для впровадження національної політики у сфері освіти). Окрім згаданої конвенції значну роль у захисті прав дитини в рамках ЄС відіграє Хартія ЄС про основні права 2000 р. Так, ця Хартія закріпила основні права дитини у ст. 24 та гарантії їх дотримання. До того ж, ст. 32 Хартії забезпечує гарантії прав дітей та молоді у сфері трудових відносин. Важливо, що Хартія має статус установчих договорів ЄС, хоча не є їх складовою.

Таким чином, інститут захисту прав дитини в рамках ЄС пройшов тривалий шлях становлення своєї власної системи, найзначнішим досягненням якої стало прийняття в рамках ЄС Хартії про основні права. Проте, дана система потребує вдосконалення, зокрема, запровадження ефективних механізмів забезпечення захисту прав дитини безпосередньо на рівні Європейського Союзу.

Науковий керівник – І.М. Громівчук, канд. юрид. наук

СТАНОВЛЕННЯ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА МІЖНАРОДНО-ПРАВОВА ПРАКТИКА ЗДІЙСНЕННЯ ПРАВА ДЕРЖАВ НА САМООБОРОНУ

У ст. 51 Статуту ООН збройний напад на державу визначено як єдину підставу для реалізації права на індивідуальну або колективну самооборону. Збройний напад є юридичним фактом, при настанні якого держава може здійснити своє невід'ємне право. Проте, не існує універсального конвенційного визначення поняття "збройний напад". Це поняття розкривають звичаєві норми міжнародного права. За звичаєвим міжнародним правом до реалізації права на самооборону висувається вимога пропорційності відсічі нападаючому: дії, вжиті в порядку самооборони, повинні бути розумно співрозмірні за обсягом нападаючому і не можуть заподіяти нападнику більше шкоди, ніж заподіяно ним при нападі. Звичайний принцип пропорційності передбачає, що характер дій в самообороні підлягає зовнішній оцінці. З одного боку, обов'язковим є самоконтроль держав, що здійснюють право на самооборону, але з іншого, як додаткова гарантія, виникає потреба в існуванні міжнародного органу, повноважного надавати оцінку дій цих держав від імені всього світового співтовариства. Діяльність такого органу тим більш важлива, що принцип пропорційності не закріплений у договірній формі і його зміст може бути конкретизований лише через серію послідовних рішень. В ООН таким органом виступає передусім Рада Безпеки.

Розглядаючи трактування Статуту ООН можна дійти висновку, що згідно ст.51 самооборона дозволяється тільки у відповідь на збройні напади інших держав. Обґрунтування такого припущення виявляється у характері ст.51 як винятку з ст. 2(4), яка дозволяє застосування сили у випадках, коли ст. 2 (4) вже була порушена іншою державою. Що стосується збройних нападів, скоєних іншими суб'єктами МП, Суд постановив, що якщо цей напад фактично можна розглядати як напад з боку держави, то у такому випадку самооборона юридично дозволена проти цієї держави. Межею було встановлено визначення, яке міститься у ст. 3(г) Визначення Агресії, що вимагає значної участі держави у нападі. Аналіз практики держав до подій 11 вересня показує, що держави послідовно намагалися віднести дії окремих осіб до держав, проти яких були проведені заходи самооборони. Коли міжнародне співтовариство не підтверджувало, що був обґрунтований зв'язок між діями окремих осіб та державами, громадянами яких вони є, як у випадку дій Ізраїлю проти Лівану у 1968 р. та Тунісу в 1985 р. такі дії потерпілої держави швидко засуджувалися.

Закріплене в міжнародному праві розуміння право держав на самооборону виходить з уявлення про міжнародний конфлікт як конфлікт міждержавний. Не зникає поняття суверенітету і суверенних прав. Але відмирає принцип суверенної рівності, оскільки великі держави виразно нехтують ним, бажаючи покарати терористів чи знешкодити уряди держав-вигнанців.

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПРОТИДІЇ КІБЕРТЕРОРИЗМУ В МІЖНАРОДНОМУ ПРАВІ ТА ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

Стрімкий розвиток новітніх технологій призвів до появи нових загроз національній та міжнародній безпеці. Зокрема, на початку XXI ст. світовий інформаційний простір став важливою ареною для геополітичного протиборства між провідними державами світу, що спричинило розвиток нових видів злочинів, наприклад, кібертероризму.

Поява нового різновиду технологічного тероризму або ж кібертероризму, що визнаний фахівцями як один з найнебезпечніших видів комп'ютерної злочинності, обумовлена, перш за все, переходом до методів електронного управління технологічними процесами. Вперше з цим явищем зіткнулися у 70-80 х роках ХХ століття, коли було скоєно примітивні напади на системи держав, в основному з метою матеріального збагачення. При цьому єдиного визначення, що ж варто розуміти під кібертероризмом, у міжнародному праві, так само як і доктрині до сьогодні не існує. Термін «кібертероризм» був вперше розроблений наприкінці ХХ століття співробітником Інституту безпеки та розвідки США Беррі Колліном для визначення терористичних дій у віртуальному просторі. Щодо України, то в Законі України «Про основи національної безпеки України», «Доктрині інформаційної безпеки України», а також в Указі Президента України Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 8 червня 2012 року «Про нову редакцію Военної доктрини України» використовуються поняття «комп'ютерний тероризм» та «кібертероризм». В українській юридичній літературі не існує та на законодавчому рівні не закріплено єдиної уніфікованої дефініції, що спричинене недостатньою вивченістю кримінологічних характеристик такого діяння, а також схожістю розглядуваного злочину з іншими видами кримінальних правопорушень, пов'язаних з використанням комп'ютерної техніки. Частково поняття кібертероризму зазначено в Законі України «Про боротьбу з тероризмом» від 20 березня 2003 року, де міститься визначення поняття технологічного тероризму, що, зокрема, охоплює собою й злочини, що вчиняються з терористичною метою із застосуванням комп'ютерних систем та комунікаційних мереж.

Отже, важливість боротьби з кібертероризмом та загроза його ескалації призвели до вироблення державами власних стратегій протидії цьому явищу. Належне законодавство є необхідним елементом створення ефективно-функціонуючого механізму захисту систем та органів життєзабезпечення держави. Головною проблемою законодавців є несвоєчасне реагування на зміни мережі Інтернет та створення нових видів інформаційних технологій, що спричиняє значні прогалини часу між скоєнням злочину та його криміналізацією, а, отже, не дозволяє покарати осіб, винних у вчиненні злочину.

**ПРОБЛЕМИ ПРОТИДІЇ НАЙМАНСТВУ В УКРАЇНІ
ТА В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ**

Негативні наслідки найманства ставлять під загрозу міжнародний правопорядок та порушують принципи, що стосуються підтримання миру і безпеки у світі. Прогалини в законодавстві держав та в міжнародному праві значно полегшують використання найманців у збройних та воєнних конфліктах, сприяють збільшенню їх кількості, спричиняють виникнення нових способів і методів їхнього перебування.

Для здійснення протидії найманства необхідно чітко окреслити правовий статус найманців та їх відмінність від добровольців. Під поняттям найманець розуміють особу, що не є громадянином держави-учасника збройного конфлікту або воєнних дій, при цьому він одержує винагороду, яка значно має перевищувати винагороду комбатантів того ж самого рангу і функцій, які входять до складу збройних сил сторони даного конфлікту і яка не являється особою, що була надіслана державою, що не є стороною даного збройного конфлікту, для виконання офіційних обов'язків. Найманець не входить до складу збройних сил однієї з воюючих сторін, тобто діяльність такої особи є злочинною відповідно до норм міжнародного гуманітарного права. Участь добровольців у воєнних діях визнається правомірною міжнародним співтовариством держав і здійснюється за власним бажанням особи з метою захисту воюючої сторони у конфлікті, яка включає його до складу збройних сил. В свою чергу, сторона конфлікту бере на себе відповідальність за дії цієї особи.

Стаття 447 Кримінального кодексу України «Найманство» встановлює відповідальність за використання найманця у збройному конфлікті або воєнних діях. Зазначену статтю необхідно доповнити визначенням поняття «найманець», вказати відповідальність за залучення неповнолітніх у найманську діяльність, а також за використання особою свого службового становища при організаційній діяльності та за використання найманця. Нечітким залишається визначення діяльності приватних компаній по забезпеченню безпеки й наданню військової допомоги, а саме, чи надають вони законні послуги чи послуги, які можуть, кваліфікуватися як найманська діяльність.

Проблемою в боротьбі з найманською діяльністю є той факт, що національне законодавство певних держав по-різному розглядає прояви найманства. Не кажучи вже про те, коли держава сама заохочує такі діяння, які відповідно до положень Конвенції про боротьбу з вербуванням, використанням, фінансуванням і навчанням найманців 1989 року, можуть трактуватися як найманство. Яскравим прикладом цьому є французький „Іноземний легіон”, який є офіційним державним військовим формуванням. У Конвенції 1989 року чітко не зазначено, який саме судовий орган буде розглядати справи, що стосуються найманства.

ПОДОЛАННЯ ГЕНДЕРНОЇ НЕРІВНОСТІ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВИМИ ЗАСОБАМИ

Досить часто в історії ми можемо знайти згадки про явище, яке було властивим для будь-якого суспільства, а саме – пригнічення та дискримінація жінок. Сучасна світова спільнота декларує принцип рівності усіх перед законом. Однак проголосити не означає забезпечити. Будучи невід'ємною частиною прав людини права жінок повною мірою не реалізуються в жодній державі світу. В наш час ця проблема набуває актуальності не тільки у зв'язку з посиленням ролі жінки, але і з численними фактами порушення їх прав (насильство, міжнародна торгівля жінками тощо), тому не дивно, що ООН зараховує проблему гендерної нерівності до глобальних і рекомендує державам змінювати існуючі гендерні моделі.

У системі ООН більшість заходів, спрямованих на реалізацію принципів гендерної рівності, були розроблені Комісією зі становища жінок, що є підрозділом ЕКОСОП та створена відповідно до положень Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок з метою надання рекомендацій та розробки пропозицій щодо їх реалізації. Важливі ініціативи щодо реалізації заходів з метою сприяння рівності чоловіків та жінок були здійснені Генеральною Асамблеєю ООН, яка прийняла Декларацію про ліквідацію дискримінації дощ жінок. Крім того в рамках ООН прийнято ряд міжнародно-правових документів щодо захисту конкретних прав жінок, зокрема, Конвенція про політичні права жінок, Конвенція про громадянство заміжньої жінки, Конвенція про згоду на вступ до шлюбу, мінімальний шлюбний вік і реєстрацію шлюбів. Слід відмітити, що разом з Комісією зі становища жінок, важливу роль у реалізації і дотриманні заходів і програм з поліпшення становища жінок відіграє підрозділ «ООН-Жінки», в минулому Жіночий фонд розвитку ООН (ЮНІФЕМ), який займається наданням фінансової підтримки та технічної допомоги інноваційним програмам з дотримання гендерної рівності.

Велика кількість міжнародно-правових документів щодо забезпечення соціально-економічних прав жінок прийнята в рамках МОП. З 1919 р. МОП прийняла 180 конвенцій і 187 рекомендацій з широкого спектра питань у сфері праці (Конвенцію про рівне винагородження чоловіків і жінок за працю рівної цінності, про рівне ставлення й рівні можливості для трудящих чоловіків і жінок: трудящі з сімейними обов'язками, про охорону материнства та тагато інших).

Однак все ж таки імплементація міжнародних документів і їх дотримання залишається прерогативою держав, тому виключно з допомогою міжнародно-правових засобів подолання гендерної нерівності є неможливим, для його необхідні відповідні зміни саме до внутрішнього правозахисного механізму.

Науковий керівник – О.Г. Широкова-Мурараш, канд. істор. наук, доцент

**РИМСЬКИЙ СТАТУТ МІЖНАРОДНОГО КРИМІНАЛЬНОГО СУДУ
ТА УКРАЇНА: АКТУАЛЬНІСТЬ РАТИФІКАЦІЇ**

Одним із міжнародно-правових досягнень світової спільноти є створення Міжнародного кримінального суду (далі – МКС), який був започаткований Римським статутом (далі – Статут) в 1998 р. та офіційно почав діяти у 2002 р. Згідно із Статутом, юрисдикція цієї міжнародної судової установи поширюється на злочини, що викликають занепокоєність усього міжнародного співтовариства: геноцид, злочини проти людяності, військові злочини та злочин агресії. При цьому, до відповідальності притягаються конкретні особи, а не держави загалом. Що стосується України, то остання підписала Статут ще у 2000 р., проте, ратифікація так і не була здійснена. Це пов'язано із висновком Конституційного суду, де було зазначено, що положення про доповнення національних органів кримінальної юстиції суперечить ст. 124 Конституції України. Тим часом, слід вказати, що відповідно до ст. 9 Конституції у цьому випадку до неї можуть бути внесені зміни. Окрім того, на потребу у ратифікації та імплементації Статуту вказує також Угода про асоціацію між Україною та ЄС (ст. 8 Угоди). Отже, питання ратифікації Україною Статуту залишається дискусійним, а у світлі останніх подій воно стає особливо актуальним.

Значущим для України є той факт, що юрисдикція МКС поширюється щодо злочинного діяння, яке має місце на території держави-учасника, або вчинене її громадянином (ст.12). Це дозволяє, зокрема, притягати до відповідальності осіб, які переховуються на території інших держав. Окрім того, посилення на службове становище та імунітет є неприпустимим, тобто посада президента, члена парламенту або уряду не звільняє особу від кримінальної відповідальності на міжнародному рівні (ст. 27). Безумовно, ратифікація Статуту була б логічним продовженням звернення Україною до МКС *ad hoc* щодо злочинів проти людяності, вчинених вищими посадовими особами протягом "Революції гідності" (так, 17.04.2014р. почалось попереднє розслідування щодо прийнятності справи), так і прийняття 04.02.2015 р. Верховною Радою Постанови про Заяву «Про визнання Україною юрисдикції МКС щодо скоєння злочинів проти людяності та воєнних злочинів вищими посадовими особами РФ та керівниками терористичних організацій «ДНР» і «ЛНР», які призвели до особливо тяжких наслідків та масового вбивства українських громадян». Важливо, що вище згадані звернення держав передбачені ст.12 Статуту та стосуються лише конкретного злочину (у той час, як ситуація, що має місце в Україні, носить комплексний характер, поки що не можна говорити про її завершення, що, в свою чергу, не виключає можливості вчинення подальших злочинів). Це лише актуалізує питання ратифікації Статуту Україною на сучасному етапі. Зважаючи на механізми ефективного реагування на порушення, передбачені Статутом (наприклад, право прокурора на розслідування *propter motu*), така ратифікація могла б бути запорукою належного розслідування і покарання злочинів, а також запобігання їх вчинення в майбутньому.

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ

УДК 339.9.012:629.73(043.2)

Kravtsova I.V.

PhD student, *National Aviation University, Kyiv*

GLOBAL VALUE CHAINS IN THE AIRCRAFT INDUSTRY

The aircraft industry began to globalize in the late 1990s, shifting numerous production functions from traditional aircraft strongholds in Europe and the United States to other lower-cost locations. Many developing countries have targeted the sector as an important opportunity for job creation and the transfer of sophisticated technologies. The global value chains (GVCs) approach enables to examine the full range of activities that firms and workers around the globe perform to bring a product from conception to production and end use, particularly in the aircraft industry.

Aircraft is one of the world's most concentrated industries. To be precise, it is the upper tiers, particularly final and tier-one subcontractors, that are concentrated. About 90% of production facilities are located in North America or Europe, and in avionics, the top five firms (all European or American) account for over 85% of the market. Subsequently, a large number of vendors compete for business. Thereby, the aircraft GVCs are extremely complex, with significant barriers to entry at the top, but fewer obstacles to participation in lower tiers.

Focusing on the civilian aerospace industry sector (excepting national security programs), global demand for commercial aircraft is driven primarily by major airlines expanding their fleet or replacing aging aircraft, that account for over 75% of market share. The US and European markets are the most mature markets (65% share), with important growth derived from the renewal of fleets with more fuel efficient planes, while strong economic growth in developing regions including Asia, Eastern Europe and South America is resulting in rapid expansion of their local airlines.

The manufacture of aircraft is concentrated in a small number of countries home to major aircraft manufacturers: Brazil (e.g. Embraer), Canada (e.g., Bombardier), France, Germany (e.g., Airbus), and the US (e.g., Boeing). Exports in 2011 indicate that European sales (France and Germany) accounted for approximately 45% of all aircraft exports, while the US exports accounted for a lower market share of about 40%. Together with Canada and Brazil, these four exporters have maintained over 92% of global aircraft exports in 2004–2011.

Nevertheless, over the past two decades, major aircraft assemblers and providers of key systems, headquartered in traditional aircraft manufacturing countries, have been offshoring production of both minor components and major subassemblies in order to take advantage of low-cost labor and gain access to locally available technology. Developing countries, in their turn, have been able to make progress in participating the aircraft GVCs due to: 1) technology transfer as aircraft manufacturers pursue market-seeking strategies; 2) strong local government spending in defense; 3) labor cost arbitrage, among other explanations.

Scientific Advisor – S.V. Sidenko, Doctor of Sciences, Professor

УДК 330.341.1:339.137.2:005(477)(043.2)

Василинюк М.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сучасний наявний науково-технологічний потенціал України обумовлює необхідність кардинального оновлення підходів до формування і реалізації державної інноваційної політики, удосконалення національного менеджменту у напрямі стимулювання макроекономічної інноваційної політики та реальної мотивації українських підприємств до науково-технологічного оновлення.

Україна, на жаль, поки що не може пишатися технічним, технологічним і структурним рівнями своєї національної економіки: її частка у світовому ринку наукомісткої продукції складає близько 0,3%, а частка інноваційної продукції - менше 5% від загального обсягу промислової продукції, питома вага обсягу виконаних науково-технічних робіт складає біля 1% ВВП, інноваційна активність промислових підприємств залишається надзвичайно низькою, матеріально-технічна база наукових організацій швидко старішає. У 2013р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1715 підприємств, а у 2012р. – 1758 підприємств. Держава у фінансуванні інноваційного розвитку протягом років була доволі пасивною, за рахунок держаних коштів фінансувалося лише 1–2 % інноваційних процесів в економіці. За даними глобального індексу конкурентоспроможності у 2014–2015 роках Україна серед 144 країн посіла 76-е місце, а в щорічному Глобальному інноваційному індексі 2014 року – 63 місце.

Для покращення показників конкурентоспроможності та інноваційності України, необхідно особливу увагу приділити збільшенню національного експортного потенціалу за рахунок наукоємних галузей виробництва та впровадженню політики імпортозаміщення в процесі структурної модернізації національної економіки України.

В Україні сконцентровано великий науковий потенціал, є багато відкриттів і винаходів, напрацьовано багато інноваційних проектів в ресурсозбереженні, в біотехнології, у лазерній техніці тощо. Розроблено стратегію інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки, результатом якої має стати утвердження в Україні інноваційної моделі її економічного і соціального розвитку, підвищення ефективності використання інтелектуального потенціалу країни, всіх її людських і природних ресурсів, забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки, досягнення стабільного сталого розвитку і підвищення добробуту громад.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Науковий керівник – М.А. Ричка, канд. екон. наук, доцент

СПІВРОБІТНИЦТВО МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИМ ІНВЕСТИЦІЙНИМ БАНКОМ

Головною особливістю сьогоденного світу є глобалізація, країни взаємодіють між собою та між міжнародними організаціями на світовій арені. Зокрема Україна поширює своє співробітництво з Європейським союзом та з європейськими установами, серед них і з Європейським інвестиційним банком. Постає питання про вплив цього співробітництва на інвестиційний клімат України.

Над даним питанням працювали такі вчені як В.Базилевич, Г.Бірман, В. Гейц, С. Шмідт, І.Бланк, Л.Борщ, М.Лімітовський, П.Массе, Т.Майорова, А.Чухно та ін.

Діяльність ЄІБ в Україні направлена на такі сфери економіки, як: транспорт, телекомунікації, енергетична інфраструктура, охорона навколишнього природного середовища та управління відходами, зміна клімату, включаючи енергоефективність та відновлювану енергію, а також розвиток малого й середнього бізнесу.

14 травня 2014 року удвічі збільшив розмір фінансової підтримки галузевих програм та приватного сектору в Україні до 2,6 млрд. євро.

Місія ЄІБ вже реалізувала 4 проекти. У сфері енергетики це «Будівництво високовольтної повітряної лінії 750 кВ Рівненська АЕС- Київська» (150 млн євро), «Будівництво повітряної лінії 750 кВ Запорізька АЕС – Каховська» (175 млн євро). У сфері транспорту «Україна: проект європейських доріг 2 (Покращення транспортно-експлуатаційного стану автомобільних доріг на підходах до м. Києва(паневропейські коридори)» (450 млн євро). У сфері Муніципальна інфраструктури «Розвиток системи водопостачання та водовідведення в м. Миколаєві» (15,54 млн євро)

Починаючи з 2006 року обсяги інвестицій в Україну збільшуються

Станом на 31.12.2013 року інвестовано в економіку України 44423,0 млн. дол. США, зокрема за видами економічної діяльності найбільше інвестують у промисловість, будівництво, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, сільське, лісове та рибне господарство.

Європейський інвестиційний банк залишається для України одним з найбільших інвесторів. Аналіз надходжень капітальних інвестицій в Україну в період з 2006 по 2013 року свідчить про ефективність інвестиційної політики України. Ця інвестиційна політика допомагає Україні реалізовувати потужні програми розвитку в таких важливих стратегічних секторах економіки як транспорт, телекомунікації, енергетична інфраструктура, охорона навколишнього природного середовища та управління відходами, а також розвиток малого й середнього бізнесу. Україна вже успішно реалізувала 4 проекти.

УДК: 339.5:664.76(477)(043.2)

Василевський В.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ЗЕРНОВИМИ

Україна здавна вважається житницею Європи. Підтвердити цей статус держава може в сучасних реаліях зближення економічних відносин з країнами Європейського Союзу. Так як в Україні є всі необхідні природні умови, наявний трудовий потенціал, то Програма розширення ринку збуту зернових за рахунок країн Європейського Союзу, є життєво необхідною для ефективного та швидкого підйому сільського господарства України.

Даний процес поглиблення торгівельних відносин зумовлений не лише кліматичними особливостями нашої країни, але й оптимізованою законодавчою базою, а також особливостями умов транспортування зернових через національний кордон країн-партнерів [1].

Показники обсягів експорту пшениці в країни Африки та Азії могли б бути більш оптимістичними. Але нестабільна економічна та політична ситуація в більшості країн Африки, законодавство, яке не відповідає сучасним реаліям, а також слабо розвинена сітка транспортних сполучень унеможливило більш ефективну зовнішньоекономічну діяльність цих країн, хоча потужність сільськогосподарських підприємств могла б забезпечувати більші обсяги торгівлі зерновими.

Незначна частка експортованої пшениці в торгівлі з країнами Європи зумовлена значним сільськогосподарським потенціалом в межах країн ЄС та технологічною ефективністю сільськогосподарських підприємств країн Європи.

Список використаних джерел

1. Стаття «Зерновий бізнес України: реалії і перспективи» Офіційний сайт газети «Профспілкові вісті» / [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.psv.org.ua/arts/Tema/view-2328.html>

Науковий керівник – О.В. Поліщук, канд. екон. наук, доцент

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО КОНСАЛТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Консультаційна діяльність як професійна допомога та підтримка управлінських інновацій вітчизняних підприємств існувала й активно розвивалася ще в радянський період. Умови розвитку економіки, що змінилися, процеси роздержавлення і приватизації власності надали управлінському консультуванню новий імпульс. Консалтинг в Україні стає особливою індустрією, бізнесом. На сьогодні в Україні працює понад 300 вітчизняних консалтингових фірм, з яких 42 % займаються виключно наданням послуг із питань управлінського консультування, відкриті представництва провідних консалтингових фірм, що є лідерами консультаційного бізнесу, в тому числі "великої п'ятірки". Консалтингові послуги, що надаються в Україні дещо відрізняються від світових. Насамперед це обумовлено менталітетом держави та специфічним ставленням до ведення бізнесу взагалі. Зараз на українському ринку з'явилась велика кількість закордонних консалтингових компаній, які надають свої послуги українському споживачу.

Західні консультанти мають професійну освіту й постійно накопичують досвід й обмінюються ним на відповідних семінарах і конференціях. Українські консультанти рідко мають професійну освіту (зарубіжні курси, семінари, стажування) і тривалий досвід. У змішаному культурному середовищі західні консультанти проявляють украї стандартну поведінку. Українські консультанти, що мають часом освіту й досвід в психології, демонструють поведінку, орієнтовану на персонал, більш м'яку, гнучку й емпатичну. Західне ділове середовище й ділове мислення є більш оптимістичним, орієнтованим на дію та ініціативу. В українських консультантів більше емоційно орієнтованої поведінки, рефлексії й менше прагматичного підходу до професійних проблем. Якщо на Заході розвинуті інформаційні структури дозволяють одержати доступ практично до будь-якої потрібної інформації, то в нас цей процес вкрай важкий для реалізації.

Ще однією особливістю є те, що українські керівники - найчастіше прекрасні фахівці-технологи, але мають неясне уявлення про власне управлінську дисципліну, та й не може одна людина бути фахівцем одночасно в галузі бухгалтерії, психології, маркетингу й інформаційних систем.

Вибираючи собі консультанта, необхідно хоча б приблизно уявляти який обсяг і види робіт йому доведеться виконувати. Система «чим дешевше – тим краще» тут навряд чи доречна. Залучення закордонних консалтингових фірм не завжди виправдане – можливо, що з подібною роботою впорасться й українська фірма.

Науковий керівник - К.В. Антоненко, канд. екон. наук, доцент

УДК 044:339.723.724(043.2)

Кавун О.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Встановлено, що системи електронних платежів користуються популярністю, про що свідчать показники кількості їх клієнтів. Основними труднощами у сфері електронної комерції, згідно з даними закордонних джерел, є недостатня безпека даних, що передаються через Інтернет, яка зводиться до двох загроз - комп'ютерна підробки і шахрайство та порушення таємниці особистого життя в умовах можливості чіткої фіксації хто, що, коли і в кого купував.

Іншою принципово важливою проблемою є якість комунікацій (розвиток мережі комунікацій, мала пропускна спроможність каналів та низька швидкість передачі інформації), особливо характерна для вітчизняного сегмента електронної комерції.

У вітчизняному електронному бізнесі мало поширені автоматизовані системи управління виробничою, торговельною, фінансовою діяльністю корпоративного рівня.

Також проблемою розвитку електронної комерції можна вважати невизначеність реального існування контрагента, незнання правил ведення іноземного бізнесу і т. п. та відсутність в окремих випадках універсальних стандартів взаємодії та сумісності при роботі в глобальній мережі.

Для української електронної комерції характерні також проблеми, пов'язані із порівняно невеликою кількістю вітчизняних користувачів Інтернет, з недосконалістю та часто відсутністю належної законодавчо-нормативної бази, яка регулює діяльність бізнес-структур в Інтернет, нестача знань і кваліфікації користувачів, а також слабке поширення систем безготівкового розрахунку (пластикові, в основному міжнародні картки) для приватних осіб. Рівень довіри потенційних покупців до вітчизняних Інтернет - ресурсів є порівняно низьким, що є наслідком завищення цін у електронних магазинах, невисокого рівня життя населення, непрозорих техніко-економічних норм та відсутності механізмів регулювання електронної економічної діяльності.

Зроблено висновок, що електронна комерція переживає величезне зростання з точки зору обсягу товарів і послуг, які в даний час торгуються он-лайн. Отже, все більше користувачів бажають використовувати електронні платіжні системи, проте все більш актуальним стає питання забезпечення безпеки самого користувача - його персональних даних, номера рахунку і пароля доступу до платіжної системи.

Науковий керівник – Я.М. Столярчук, д-р екон. наук, професор

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМИ

Реклама є найбільш ефективним засобом впливу на споживачів товарів і послуг та одним з найбільш важливих елементів маркетингових комунікацій. Реклама в першу чергу виконує функцію розповсюдження інформації про товар. Таким чином, основними завданнями міжнародної реклами виступають: забезпечення інформації, що стосується товару; нагадування про товар чи послугу та його місце продажів; інформування споживачів про даний товар або послугу, основні властивості та переваги; спонукання потенційних покупців до покупки даного виробу чи послуги.

Основними та більш узагальненими труднощами під час застосування міжнародної реклами можуть виступати: законодавче регулювання реклами різних країн; ступінь доступності засобів масової інформації; створення обґрунтованого рекламного повідомлення; вибір виду реклами або рекламного агентства; вибір засобу розповсюдження реклами; рівень витрат; охоплення аудиторії цільових та потенційних споживачів.

Звичайно, що кожна з даних проблем включає в себе ряд аспектів та причин виникнення. Необхідно також зазначити, що кожна із даних труднощів має свої методи подолання та шляхи усунення різних проблем. Міжнародні компанії під час планування своєї діяльності та проведення рекламних кампаній закордоном враховують можливість виникнення даного ряду проблем та згідно цього вже безпосередньо приймають рішення щодо доцільності проведення реклами в кожній окремій країні.

Проте, окрім загальних труднощів під час запровадження міжнародної реклами досить часто їх супроводжують специфічні проблеми. Особливими труднощами у здійсненні міжнародної реклами можуть бути: проблеми перекладу; звичаї та культурні особливості різних народів та країн; політика; конкурентне середовище; відмінності в економічній, політичній та соціальній системах.

Таким чином, можна стверджувати, що існує чимало бар'єрів та особливих специфічних чинників, які безпосередньо впливають на успішність проведення рекламних проектів у різних країнах світу. Проте, варто зазначити, що успішність проведення міжнародної реклами значною мірою залежить від відповідності культурного багажу учасників даної взаємодії, її авторів та споживачів.

Отже, шляхом вирішення всіх проблем і труднощів в міжнародній рекламі є знання, повага та розуміння до політичних, економічних, культурних, психологічних, соціальних та ін. особливостей кожної країни, для якої створюється та чи інша реклама. В той же час, зрозумілим є той факт, що до кожної з цих специфічних проблем міжнародної реклами має бути застосований свій окремий та особливий підхід з боку маркетологів та рекламодавців.

УДК 044:339.723.724(043.2)

Красовська Г.А.

Національний авіаційний університет, Київ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Сьогодні в умовах економічної кризи досить актуальною постає проблема зовнішньої торгівлі України. У 2014 році зовнішня торгівля України характеризувалась переорієнтацією з російського ринку на європейський, що у свою чергу викликало неоднозначну реакцію у провідних вітчизняних економістів та спонукало до певних економічних процесів як інфляція, переорієнтація ринків збуту, посилення конкуренції з боку європейських країн.

Досить цікавим є факт того, що за рахунок девальвації гривні починає зростати експорт продукції. Враховуючи вище згадану тенденцію, обсяги експортованої продукції стимулюються за рахунок здешевлення національної валюти.

За підсумками 2014 року позитивний зовнішньоторгівельний баланс України становив \$3,88 млрд., порівняно з негативним показником в \$8,5 млрд. у 2013 році. Експорт товарів склав \$53,9 млрд., зменшившись на \$8,4 млрд. В тому числі експорт товарів в країни СНД впав на \$6,8 млрд. Водночас експорт товарів в країни ЄС минулого року зріс на \$433 млн. – до \$17 млрд.

Імпорт товарів в 2014 році становив \$54,38 млрд., що на \$21,45 млрд. менше показника 2013 року. В тому числі імпорт з країн СНД зменшився на \$10,5 млрд. – до \$17,25 млрд., з країн ЄС – на \$5,7 млрд. – до \$21,06 млрд.

Таким чином, порівнюючи загальні тенденції зовнішньої торгівлі України за 2014 рік з показниками попереднього року, можна зробити висновки, що загалом не відбулося покращення економічного стану України, спостерігається скорочення як експорту, так і імпорту, з більшою динамікою падіння останнього. Але враховуючи показники зовнішньоторгівельного балансу, у 2014 році він був позитивним.

Науковий керівник – Я.М. Столярчук, д-р екон. наук, професор

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин та активної інтеграції України до світової спільноти проблема захисту її національних економічних інтересів і забезпечення економічної безпеки займає одне з ключових місць. Реалізація системи національних економічних інтересів України, спроможність держави захищати національні економічні інтереси від зовнішніх та внутрішніх загроз неможливі без досягнення національної економічної безпеки держави.

Міністерство економіки України своїм наказом “Про затвердження Методики розрахунку рівня економічної безпеки України” визначило головними критеріями оцінки стану економічної безпеки держави перш за все економічну незалежність, стійкість та стабільність національної економіки та здатність до саморозвитку. До аспектів економічної безпеки доцільно віднести також політичну ситуацію всередині держави, залучення інвестицій, енергетичну незалежність, сприятливий інвестиційний клімат, зовнішньоекономічну діяльність, зовнішню торгівлю, рівень інфляції і тнізації економіки, конкурентоспроможність вітчизняного виробництва, інноваційний потенціал країни, стабільність національної валюти та інтеграційні вектори.

Сьогодні економіка України характеризується надзвичайно високою дезорганізацією, технологічною відсталістю і заполітизованістю. Спостерігається значне втручання держави в економіку, масштабна керованість економічними процесами, великий тиск з боку влади на суб'єктів господарювання. Українським залишається приток іноземних інвестицій, що істотно підриває всебічний розвиток економіки нашої держави, спричиняючи при цьому зростання рівня інфляції у країні.

Для підвищення ступеня впливу комплексу реалізації економічної безпеки країни необхідно стабілізувати політичну ситуацію шляхом вдосконалення правового забезпечення, вдосконалити систему постачання енергоресурсів, проведення ефективної інноваційно-інвестиційної політики, встановлення і реалізація чітких зовнішньоекономічних пріоритетів

Отже, для сталого та ефективного розвитку Україні необхідно реорганізувати стратегію забезпечення економічної безпеки країни. Це дозволить створити сталу основу для підвищення конкурентоспроможності на міжнародній арені. До того ж це дозволить більш стрімкими темпами проводити інтеграційну політику до європейського співтовариства.

Науковий керівник - К.В. Антоненко, канд. екон. наук, доцент

УДК: 339.187.44 (477) (043.2)

Юрченко А.О.

Національний авіаційний університет, Київ

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Одним із пріоритетних напрямків розвитку малого та середнього бізнесу є франчайзинг. Франчайзинг - це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами, де одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на погоджених умовах.

Франчайзинг входить і в складову українського бізнесу. В Україні активно розвиваються більш 400 франчайзерів, відкриті 22612 точок продажів. Для економіки нашої країни франчайзинг є відносно новим явищем, тоді як у розвинених країнах він практикується як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах. Для малих підприємств та індивідуальних підприємців франчайзинг надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й закріпити свої позиції на ринку.

Серед українських компаній безумовним лідером є компанія «Система швидкого харчування» (FFS). Провідні місця в Україні займають франшизи таких компаній, як «Піца Челентано», «Наш край», «Віденські булочки», «Еко-Лавка», Antonio Biaggi, Join UP, TUI Ukraine, BABYART, «СОНАТА», IDS Aqua Service, «Франс.уа» та ін.

Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку - близько 55 % від усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні. Ринок роздрібною торгівлі - близько 35 %, 10 % - інші види діяльності.

В Україні 29 галузей економіки є досить перспективними для залучення іноземних франшиз. Це розвиток освіти, реклами та інших послуг.

На сьогоднішній день ринок франчайзингу в Україні продовжує зростати. Компанії, що раніше розвивали лише власну мережу, виходять на ринок із франчайзинговими пропозиціями (наприклад, «Кофе-хауз», «Ельдорадо», що створює підприємцю багато додаткових вигод та перспектив.)

Для прискорення розвитку франчайзингу періодично влаштовують виставки. Виставка «Франчайзинг» щорічно збирає усіх зацікавлених у створенні і розвитку власного бізнесу. Навіть в умовах революції, виставку 2014-го року відвідали близько 1400 підприємців, було презентовано понад 50 бізнес-концепцій, уклалися угоди, результатом яких стали нові підприємства, що працюють по всій країні.

Франчайзинг має низку переваг, які дозволяють знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах.

Отже, сьогодні франчайзинг зміцнився в найрізноманітніших сферах бізнесу, і дозволяє ефективно працювати практично на будь-якому ринку.

Науковий керівник – Л.М. Побоченко, канд. екон. наук, доцент

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

У 2014 році ринок зернових продемонстрував суттєве нарощення обсягів виробництва. Перспективи щодо врожаїв зернових у 2015 році в цілому залишаються сприятливими, незважаючи на очікування зниження їхнього світового виробництва. Потенційний вплив на кон'юнктуру світового ринку зернових у 2015-2016 маркетинговому році визначатимуть насамперед:

- посилення політичної напруги в Чорноморському регіоні;
- скорочення посівів та врожайності в Канаді, Україні та Росії;
- можливе скорочення виробництва продовольчої пшениці в країнах Південно-Східної Азії, Австралії та окремих регіонах США через складні погодні умови.

Згідно з прогнозом Продовольчої сільськогосподарської організації ООН світове виробництво зернових у 2015-2016 маркетинговому році вдруге порівняно з 2014 роком залишатиметься на рекордному рівні, хоча й дещо зменшиться – на 2,4%, або на 60,6 млн. т., та становитиме 2 458,2 млн. т. Такий рівень світового виробництва зернових в основному зумовлено обсягами вже посаджених зернових, планами посівної на друге півріччя 2015 року та сподіванням на нормальні погодні умови. Водночас скорочення обсягів виробництва зернових очікувано припаде на фуражне зерно та пшеницю.

За результатами 2013-2014 маркетингового року світове виробництво зернових сягнуло історичного максимуму. Зокрема, порівняно з 2012 роком світове виробництво пшениці зросло до 715,1 млн. т., або на 8,4%, фуражного зерна – до 1 306,7 млн. т., або збільшилось на 13,0%, та рису – до 496,9 млн. т., або збільшилось на 1,2%.

Відповідно до прогнозу обсяг світової торгівлі зерновими в 2015-2016 маркетинговому році оцінюється у 330,8 млн. т, що на 1,5%, або майже на 5,0 млн.т менше, ніж у попередньому сезоні.

Зростання цін на зернові, яке спостерігалось з початку 2014 року, зумовлене здебільшого складними погодними умовами у США та Бразилії, а також загостренням геополітичної ситуації в Чорноморському регіоні. Разом із тим середньомісячні ціни на зернові протягом 2014 року залишались нижчими порівняно з рівнем цін у відповідному періоді минулого року.

На даний час найбільшими експортерами, що визначають стан світового ринку пшениці, є Аргентина, Австралія, Канада, ЄС, Казахстан, Росія, Україна та США.

Очікується, що основними споживачами пшениці будуть Туреччина, де її виробництво скоротилось до мінімального за 20 років рівня, ЄС, який надав Україні пільгові квоти на імпорту пшениці, Бангладеш, Єгипет, Індонезія, Лівія, Нігерія, Сирія та В'єтнам.

ТУРИЗМ

УДК 338.48-6:7/8:2(043.2)

Бляшук І.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ У РЕГІОНІ ПІВДЕННО-СХІДНА АЗІЯ**

Південно-Східна Азія включає 11 країн: М'янма, В'єтнам, Лаос, Таїланд, Філіппіни, Камбоджа, Малайзія, Бруней, Індонезія, Сінгапур, Східний Тимор. Це країни, що динамічно розвиваються і значну роль у їхній економіці відіграє туризм. Регіон об'єднує країни з різноманітними культурами, традиціями етнічною строкатістю, де населення є прихильниками багатьох абсолютно різноманітних релігійних вірувань.

Країнами, у регіоні Південно-Східна Азія, де основна частина населення сповідує буддизм є: М'янма (85%), Таїланд (95%), Лаос (90%), Камбоджа (93%), В'єтнам (близько 50%). Країнами, де більшість населення сповідує іслам є: Малайзія (53%), Бруней (62,5%), Індонезія (87%), Сінгапур (15%). Християнами є більша частина населення у Філіппінах (90%) і Східному Тиморі (79,3%). Крмпактну територію на острові Балі заселяють індуїсти. Така різноманітність поширення релігій у регіоні зумовила створення і розвиток величезної ресурсної бази для розвитку релігійного туризму і приваблює паломників та туристів з усіх куточків світу.

Найбільш відомими і відвідуваними туристами релігійними об'єктами буддизму є: ступи Шведгагон, Кутоду, паломницький центр Пегу (М'янма); храм Світанку, храм Смарагдового Будди, (Таїланд); пагода Мот-Кот (В'єтнам); храм Фра-Кео, комплекс Локашуламані (Лаос); монастир Пном і Срібна пагода (Камбоджа).

Найпопулярнішими релігійними центрами іслама у регіоні є: Кришталева мечеть, мечеть Негара (Малайзія); Мечеть Омара Алі Сайфуддіна (Бруней); мечеть Істікляль (Індонезія); Мечеть Султана Хусейна (Сінгапур); Золота мечеть (Філіппіни).

Релігійні об'єкти, що відвідують туристи-християни: Церква Св. Августина, церква Паоай, храм Боробудур (Філіппіни); Церква Непорочного Зачаття, колона Святої Марії, Статуя Христа (Східний Тимор).

За рахунок такої величезної ресурсної бази, релігійний туризм у регіоні бурхливо розвивається, хоча є ряд стримуючих факторів: небезпека зруйнування багатьох старовинних об'єктів та потреба у реставрації, велика кількість природних катаклізмів (тайфуни, цунамі, землетруси), які руйнують ці об'єкти; теракти, внаслідок яких зазнають руйнувань релігійні об'єкти; релігійні конфлікти та релігійна нетерпимість тощо. Особливо цінні та старовинні релігійні об'єкти занесені до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Це один з важливих способів їх збереження.

Науковий керівник –Л.М. Ткачук, канд. г. наук, доцент

ПРОБЛЕМИ ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО АПАРАТУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Як і будь-яка наука або вид людської діяльності, туризм послуговується спеціальною лексикою, творцями і носіями якої є як професійні працівники туристської сфери, так і самодіяльні туристи. Туристська лексика не має ще багатомісячної історії, за винятком окремих слів, пов'язаних з торгівельними, релігійними, дипломатичними поїздками людей у далекому минулому (подорож, поїздка, угода тощо). І хоча значна частина термінів в галузі туризму з'явилася ще у 30-90-ті рр. XIX ст., становлення туристської лексики як однієї з лексичних мікросистем мови припадає на 50-70-ті рр. XX ст.

Термін — слово або словосполучення, що виражає певне поняття якоїсь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо. Від звичайних слів терміни відрізняються точністю семантичних меж.

Вивчення історичних джерел, наукових праць, дисертацій з теорії і методики туризму, різних державних постанов, рішень, наказів щодо становлення й розвитку туризму в Україні засвідчує, що в них застосовувалися найрізноманітніші терміни і поняття з туризму та туристської діяльності. Ця термінологія вживалася для назви різних видів туризму, фахівців туристської галузі, товариств, організацій, клубів, дитячих об'єднань. Проте сучасні умови потребують проведення подальших наукових досліджень й створення нових дефініцій спортивного туризму для удосконалення його теоретичної бази.

З'ясування способів творення термінів спортивного туризму сприяє подальшому системному вноормуванню цієї термінології, а також уможливує прогнозування шляхів і способів поповнення її новими одиницями у процесі активного розвитку спортивного туризму, оскільки засоби і структурні моделі, які відповідають основним принципам професійної реалізації системи і структури мови – актуальності, доцільності, аналітичності є найбільш продуктивними.

Термінологія спортивного туризму знаходиться в стадії активного розвитку. Основними тенденціями її розвитку є інтернаціоналізація термінів та уточнення термінологічних значень. Основними способами творення туристичних термінів є запозичення (транскрипція, транслітерація, калька) та термінологізація нейтральних слів. Розбіжність реалій у різних національних культурах, побуті та туристському господарстві створює неповну відповідність терміносистем у різних мовах та проблеми перекладу термінології, які вирішуються шляхом пояснювального перекладу та підбору аналогів.

Науковий керівник – С.П.Фокін, канд. п. наук, доцент

ЛІБЕРАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Світові глобалізаційні тенденції окреслили нові вимоги до лібералізації ринків авіатранспортних послуг та нормативної бази міждержавних угод. Лібералізація на сучасному етапі охоплює не тільки найпотужніші ринки авіап перевезень, але й стрімко поширюється в різноманітних регіонах світу. На сьогоднішній день розроблені регіональні, багатосторонні та двосторонні угоди із значним розширенням обсягу змісту, відходом від традиційного інструментарію регулювання та переходом до моделі «відкритого неба» і лібералізації доступу на національні ринки міжнародних перевезень, що суттєво впливає на міжнародний туризм та стимулює його активний розвиток. При цьому знижується чи повністю усувається контроль за комерційними питаннями міжнародного авіаційного сполучення, такими як авіаційні свободи повітря, тарифи, емність, частота виконання перевезень, пункти виконання перевезень. Суттєвих змін потерпає процедура призначення авіаперевізника на міжнародну авіалінію. У результаті процесів глобалізації та лібералізації застосування критерію національного володіння і контролю ставали все більш недоречними.

Ціль реформи в області лібералізації повітряних перевезень для туризму полягає у збільшенні кількості перевізників на маршруті, зменшенні вартості авіап перевезення. У довгостроковій перспективі основною метою лібералізації є встановлення найбільш сприятливих та ефективних економічних та торгових зв'язків між державами, та максимальному сприянні зростанню та розвитку економіки в національному та регіональному масштабі, а також забезпеченні при цьому права кожної держави на змістовну участь у діяльності міжнародного повітряного транспорту. У свою чергу, доступ до ринку повітряного транспорту для будь-якого авіаперевізника полягає в характері та ступені основних прав (з будь-якими супутніми умовами та обмеженнями), які надаються відповідним урядовим повноважним органом, а також додаткових прав, наприклад, прав щодо надання послуг. Право на доступ до ринку, як правило, надається в обмін на аналогічні права шляхом укладення угоди чи угод між державами, та, зазвичай, обмежується регулярними міжнародними сполученнями. Право на доступ до ринку складається з трьох видів прав: право на маршрути; право на експлуатацію; право на перевезення (комерційні права).

Лібералізація міжнародних повітряних перевезень здійснюється шляхом, що включає в себе обмін «свободами повітря», зняття обмежень на регулювання частоти, провізної емності та затвердження тарифів, аеропортових зборів, множинне призначення авіаперевізників, розширені критерії володіння авіакомпаніями та контролю за їх діяльністю.

АВІАЦІЙНА БЕЗПЕКА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Зв'язок авіації і туризму взаємовигідний. Авіація отримує потік клієнтів, а турист має змогу швидко дістатись місця призначення, яке іноді недосяжне для інших видів транспорту, розширити географію подорожей. Безперечно безпека є найважливішою вимогою, що її висувають туристи до авіакомпаній по всьому світу.

За підрахунками ІСАО на мільйон вильотів припадає всього дві катастрофи, в числі основних їх причин – зіткнення з птахами (BirdStrike). Згідно з статистичними даними, понад 90% зіткнень сталися в безпосередньо близькості або в зоні аеропорту. Починаючи з 1998, за результатами зіткнень повітряних суден з представниками дикої природи загинуло 219 людей. Збитки, що завдаються авіаційній сфері зіткненнями повітряних суден з представниками дикої природи складають 1.2-1.5 мільярдів дол. на рік. Такі великі витрати включають як прямі витрати, пов'язані з ремонтом двигунів та планування повітряного судна за наслідками зіткнення так і непрямі збитки, пов'язані простим повітряного судна на землі, затримкою та зміни розкладу рейсів та виплатою компенсацій пасажиром.

На території України проблемою BirdStrike почали займатись з вересня 2011 року, саме тоді була оформлена та введена в дію система обов'язкових повідомлень про зіткнення повітряних суден з птахами. За даними Державної авіаційної служби України 58% зіткнень відбулись у часовому проміжку з 9.00 до 17.00; 18% зіткнень припадає на вересень, 17% у червні, липні. Що ж стосується фаз польоту то найчастіше інциденти відбуваються на маршруті (34%), а також при заході на посадку (31%). Всього на кожну фазу припадає: пробіг після посадки – 18%, пробіг при зльоті – 8%, набір висоти – 7%, руління – 2%. В 51% випадків зіткнень удару піддаються двигуни, менша частка на ніс (14%), крило (11%), фюзеляж (10%), а найвищий відсоток припадає на шасі і несучий гвинт (по 1%). У 53% страждають тільки птахи, наслідків для повітряного судна немає.

На сьогоднішній день проводиться реєстр випадків зіткнень птахів та повітряних суден. В ньому зазначені не лише фазу польоту, час та масштаб зіткнення, а й кількість та вид птахів, які здійснили удар об судно. Враховуючи ці дані була розроблена класифікація птахів, що приймали участь у зіткненні. Це допомагає визначити ризики від розміру зграї та виду птахів. Було визначено, що малий рівень ризику становлять малі зграї ластівок, шпаків, стрижив, горобців, але вони приймають участь у зіткненні у 45% випадків. Неприйнятний ризик становлять великі зграї голубів, соколів, чайок, качок, сов, але їх частка у зіткненнях становить всього 2%.

УДК 334. 761: 656.7:061.5 (043.2)

Піччик А.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***КОД-ШЕРІНГОВА УГОДА – РОЗШИРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ АВІАКОМПАНІЙ, ЗБІЛЬШЕННЯ ПЕРЕВАГ ДЛЯ ПАСАЖИРІВ**

Код-шерінг (code-share, букв. «обмін кодом») – це спільне використання літака однієї компанії кількома авіаперевізниками на певному маршруті, угода про спільну комерційну експлуатацію авіарейсу. Код-шерінгова угода полягає в тому, що авіакомпанії встановлюють між собою комерційне партнерство, коли їх продукт (повітряне перевезення) вважається єдиним продуктом, який рекламується і продається на ринку повітряних перевезень від імені кожної з авіакомпаній

Рейс спільного виконання відображається в системах резервування кожної з авіакомпаній як самостійний рейс під назвою кожної компанії. Компанія, яка виконує рейс, називається Оператором (operating carrier). Компанія, яка лише продає рейс під своєю назвою, але сама його не виконує, називається Партнером (marketing carrier). Кожен такий рейс продається по тарифам, встановленим кожною з авіакомпаній. Пасажирам надається однаковий сервіс, незалежно від того з якого блоку місць був придбаний авіаквиток.

Однією з розповсюджених форм код-шерінгових угод є обмін «жорсткими» блоками. Вона полягає в тому, що компанії спільно експлуатують ті самі рейси, обмінюючись фіксованою кількістю квитків (тобто блоками місць). Перевізники продають квитки в межах цих блоків і проводять взаєморозрахунки за задалегідь обговореною ставкою. Існує також форма код-шерінгу з «м'якими» блоками. При цьому компанія, що виконує рейс, надає маркетинговому перевізникові блок місць на своєму рейсі, які останній може продавати на певних, заздалегідь обговорених умовах до фіксованого часу.

Вигода для авіакомпаній очевидна. Перш за все, це велика економія - скорочується кількість власних рейсів, але при цьому за рахунок партнерських рейсів формально зберігається частота польотів.

Для пасажирів, зокрема туристів, також існує цілий ряд переваг від таких угод. Якщо через певні причини пасажир повинен користуватися послугами певної авіакомпанії (приваблива бонусна програма авіакомпанії або політика працевдавця відносно польотів співробітників), то code-share - це хороша можливість вибрати зручніший рейс для польоту і тим самим нагромаджувати бали або милі і не порушувати правила свого працевдавця. За всі незручності, заподіяні пасажирові, відповідає авіакомпанія, що фактично виконувала рейс. Якщо був затриманий або зіпсований багаж, скасований або перенесений рейс – всі претензії пред'являються лише тій авіакомпанії, літаком якої летів пасажир.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук канд. з наук, доцент

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ САНАТОРНО КУРОРТНОЇ СИСТЕМИ ПОЛТАВЩИНИ

Регіональна санаторно-курортна система – це система взаємопов'язаних складових (людей, які задіяні в санаторно-курортній діяльності, природних ресурсів, інфраструктури, тощо), яка призначена для лікування і відпочинку людей в межах певного регіону.

Особливості розвитку регіонального санаторно-курортного комплексу Полтавської області визначається різноманітністю запасів природних лікувальних ресурсів.

Сприятливі природно-кліматичні умови, наявність джерел лікувальних мінеральних вод і лікувальних грязей є наслідком концентрації на території області великої кількості санаторно-курортних-закладів.

Загалом в області експлуатується 20 джерел мінеральних лікувальних та столових вод, найпопулярнішими з яких крім «Миргородської» є «Семенівська», «Хорольська», «Новосанжарська», «Гоголівська».

В Полтавській області функціонують 12 курортно-санаторних закладів.

Одним з найкращих курортів не тільки України, але й за її межами є «Миргородкурорт», який функціонує з 1914 р. На сьогодні «Миргородкурорт» об'єднує санаторії «Хорол», «Миргород», «Березовий гай», «Полтава», які можуть одночасно прийняти 3,5 тис. хворих.

Перелічені санаторії надають послуги з лікування захворювання органів травлення, захворювань ендокринної системи та порушень обміну речовин, органів дихання та ЛОР органів, органів опори та руху, хвороби сечостатевої системи, нирок, урологічних та інших захворювання.

Для покращення санаторно-курортної діяльності в Полтавській області потрібно:

- реконструювати санаторно-курортну систему;
- підвищити комфортність лікувально-профілактичних закладів;
- розширити асортимент послуг, що надаються на курортах
- раціонально використовувати природні лікувальні ресурси;
- застосовувати новітні методи лікування;
- розробити та впровадити комплекс заходів щодо залучення інвестицій для розвитку санаторно-курортних закладів.

Науковий керівник – І.М. Дуднік, д-р г. наук, професор

ВПЛИВ АВІАЦІЇ НА ДОВКІЛЛЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН

Повітряний транспорт швидко та динамічно розвивається і з кожним роком займає все міцніші позиції в загальносвітової транспортній системі. Високі темпи росту його популярності у туристів обумовлюються постійним розширенням географії подорожей та стійкою тенденцією скорочення термінів поїздок на користь їх частоти.

Шкідливий вплив авіації на довкілля має глобальний і локальний характер. Глобальним є вплив авіації на озоновий шар атмосфери, тоді як шумове забруднення, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря, води та ґрунт значною мірою локалізуються у районі розташування аеропортів. Оскільки саме авіаційний транспорт за даними Всесвітньої організації туризму забезпечує 53% міжнародних туристичних прибуттів, вплив авіації на довкілля стає важливим чинником розвитку курортних зон.

Основними компонентами, які забруднюють довкілля, є: оксид вуглецю, неспалені вуглеводні, оксиди азоту та сажа. У режимі сталого польоту, коли двигуни працюють без перевантаження на 35-50% своєї потужності з оптимальними параметрами, вміст оксиду вуглецю та вуглеводнів зменшується, але збільшуються викиди оксидів азоту.

З метою зменшення вмісту токсичних речовин у відпрацьованих газах постійно відбувається удосконалення старих та створення нових газотурбінних двигунів з покращеними конструкціями камери згорання, системи вприскування паливно-повітряної суміші. Великі резерви зменшення викидів пов'язані з покращенням аеродинамічних якостей та ваговою віддачею корпусів повітряних суден. Сучасний парк літаків та гелікоптерів має газотурбінні двигуни, які працюють на авіаційному гасі, хімічний склад якого дещо відрізняється від автомобільного бензину та дизельного палива кращою якістю так як має менший вміст сірки та механічних домішок. Подальше зменшення витрат палива можливе з впровадженням турбовентиляторних двигунів, у яких сила тяги здійснюється багато лопатевими високобортними гвинтами відносно невеликого діаметра.

Іншим методом зменшити негативний вплив авіації на природу курортних зон є жорсткіші вимоги до пасажирських літаків, особливо стосовно рівня авіаційного шуму та викидів з боку Міжнародної організація цивільної авіації та адміністрації аеропортів. В результаті авіакомпанії, літаки яких не пройшли експертизу на відповідність вимогам екологічності, будуть оштрафовані та їм відмовлятимуть у обслуговуванні в аеропорті.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. з. наук доцент

РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Національний туристичний ринок структурується згідно до умов розвитку індустрії туризму відповідно дії закону абсолютних і відносних переваг (концентрація природних та культурно-історичних пам'яток світової спадщини та регіонального значення при наявності прямого транспортного зв'язку, прийняттого рівня комфорту та цін на турпродукт, різноманітність його пропозиції). Його комплексно-пропорційний розвиток є результатом збалансованості між внутрішнім і міжнародним туризмом та його складовими, а також між регіональними туристичними ринками. Механізм структури попиту регіонального ринку туристичних послуг формується на конкретній території з характерними для неї соціально-економічними ознаками, рівнем розвитку, умовами та стилем життя населення, тобто в конкретному соціально-економічному середовищі. Також попит підкріплюється пропозицією турпродукту, яка забезпечується підприємствами індустрії туризму.

Черкащина – унікальний регіон з погляду на його історико-культурне значення, географічне розташування та природно-рекреаційний потенціал. На території області розташовані 4 національні та 5 державних історико-культурних заповідників, 294 музеїв, 169 історико-архітектурних пам'яток. Зокрема в області знаходиться географічний центр України, туристичні об'єкти національного значення: Батьківщина Тараса Шевченка та місце його поховання, реліктовий лісовий масив Холодний Яр, Державний історико-культурний заповідник "Трипільська культура", гетьманські столиці Чигирин та Корсунь-Шевченківський.

Програма розвитку туризму в Черкаській області на 2012-2020 роки визначає пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі відповідно до міжнародних стандартів. Результативність дії Програми підтверджується проведенням за час її дії 504 масово-культурних заходів, 20 з яких за участі іноземних гостей, зокрема: 27 фестивалів, 66 ярмарок, 203 виставок. Останні данні підтверджують позитивну динаміку щодо кількості закладів розміщення 77 (2013р.) порівняно з 65 (2010р.). Зростає кількість суб'єктів туристичного бізнесу зі 138 у 2012 році до 193 у 2013. Активно функціонує громадська організація «Асоціація туроператорів Черкащини». На 13% у 2013р. збільшилася кількості екскурсантів, що подорожували 87 екскурсійними маршрутами, які охоплюють більше 30 населених пунктів та 100 культурних, релігійних та історичних об'єктів. За прогнозом розвитку туристичної галузі Черкаської області до 2020 році очікується зростання туристичних потоків майже в 2 рази порівняно з теперішніми показниками.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. г. наук, доцент

УДК 369.223.23 (477.44)

Іваниця Б.В.

Національний авіаційний університет, Київ

**РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР «SPA-КУРОРТ ХМІЛЬНИК»
(ВІННИЦЬКА ОБЛАСТЬ)**

Хмільник – один з найбільших бальнеологічних курортів країни, що функціонує на базі радонових (радіоактивних) вод. Пріоритетним завданням вважаємо розвиток Хмільника як міжнародного бальнеологічного SPA-курорту.

Для досягнення поставленої мети доцільне застосування кластерних технологій, зокрема створення туристично-рекреаційного кластеру «SPA-курорт Хмільник».

«Рекреаційно-туристичний кластер» – добровільне об'єднання взаємодоповнюючих один одного підприємств різних форм власності матеріального і нематеріального виробництва, соціальної, туристичної та рекреаційної сфери, що тісно співпрацюють з науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади для досягнення економічного ефекту від створення і реалізації конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного продукту (Гоблик, 2009)

Створення потужного кластеру на основі бальнеологічного курорту Хмільник передбачає наступні напрямки діяльності:

- розробка проекту «Рекреаційно-туристичний кластер «Spa-Курорт Хмільник», забезпечення підтримки на рівні обласної та місцевої адміністрацій, залучення інвестицій;

- використання ресурсної бази та унікальних рекреаційних послуг оздоровниць міста: обласна фізіотерапевтична лікарня, санаторій «Радон», центральний військовий клінічний санаторій «Хмільник», ТОВ санаторій «Поділля» та ін.

- формування комплексу закладів харчування та розміщення на основі наявних підприємств (наприклад, дочірнє підприємство «ПРОДТОРГ», ПП «Поділля молоко», Фермирське підприємство «ОЛІВІЯ-АГРО)

- залучення підприємств для обслуговування санаторних закладів (Бавовняна прядильно-ткацька фабрика «Лілея», Фермерське господарство «ПАФ» та ін.)

- забезпечення транспортної інфраструктури (транспортного сполучення) на основі місцевих підприємств (ВАТ «ВІННИЧЧИНА-АВТО», ВАТ «ХМІЛЬНИК-АВТО» тощо.)

- підготовка кадрового забезпечення підприємств обслуговування на основі Професійного ліцею сфери послуг м. Хмільник, ВНЗ «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна».

- створення потужної маркетингово-інформаційної діяльності, проведення іміджевих заходів з використанням місцевих засобів масової інформації (Редакція газети «Життєві обрії», ПП «Телекомпанія «ВК»)

- забезпечення просування рекреаційно-туристичного продукту таких спеціалізованих підприємств як бюро курортних послуг «Відпочинок», рекламно-інформаційне агентство «Пульсар», ПТС «Аракс».

Науковий керівник – Г.Ш. Уварова, канд. п. наук, доцент

ТУРИЗМ І АВІАЦІЯ – ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УЗГОДЖЕНИХ ДІЙ

Туризм і авіація відіграють все більш помітну роль у глобальній економіці, особливо в напрямках реальних та дієвих перспектив прискорення економічного розвитку країн та створенні нових робочих місць. Однак, принесені ними обома блага і проблеми нерідко розглядаються у відриві один від одного, що затінює аспекти взаємозалежності і каталітичний вплив, який чиниться цими обома секторами економіки на інші галузі економічної діяльності, так само як їх спільний вплив на ріст і розвиток внутрішнього валового продукту країн. Туризм є не тільки основним клієнтом повітряного транспорту, але відкриває перед усіма країнами, а особливо найменш розвинутими країнами унікальну можливість для економічного зростання і розвитку, у підсумку- вирівнювання цивілізаційного розвитку.

Зростання, згідно з оцінками як ЮНВТО, так і ІКАО, продовжиться, і до 2030 року міжнародні туристичні перевезення досягнуть 1.8 мільярда туристів, 52% яких прибудуть в пункти призначення повітряним шляхом, а до 2030 року кількість пасажирів прогнозується на рівні 6.3 мільярда. Для того, щоб це стало реальністю, і особливо, враховуючи важливість екологічної складової цього зростання, у зв'язці «туризм-авіація» потрібно вирішити кілька проблем. Для авіації, зокрема, до них відносяться: пропускна здатність інфраструктури; перевантаженість аеропортів; нестабільність цін на паливо і відсутність альтернативного палива; передбачувана нестача пілотів; проблеми політики в області повітряних перевезень. З позиції туризму необхідно зосередитися на наступних проблемах: подальше розширення географії подорожей за допомогою лібералізації ринку авіаперевезень; полегшення процедури візового контролю в аеропортах та розвиток їх інфраструктури; вирішення питань, що стосуються прав та обов'язків споживачів в туризмі та організаторів подорожей; стимулювання заходів щодо скорочення необґрунтованих і шкідливих податків і мит; і ослаблення наслідків зміни клімату.

Авіація та туризм в ізоляції один від одного не вирішать самостійно ці проблеми. Для їх вирішення потрібно налагодити більш тісну співпрацю та спільні дії, стимульовані на національним рівні зацікавленими державними відомствами, а на глобальному рівні спільною роботою ЮНВТО та ІКАО - спеціалізованими установами ООН в галузі туризму та цивільної авіації - за підтримки міжнародних та регіональних учасників туристського процесу. Тільки звертаючись до вирішення цих проблем в їх єдності, країни зможуть знайти свою справедливую частку в тих зростаючих загальних можливостях, які створюються туризмом і авіацією.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. з. наук, доцент

БРЕНДИНГ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Брендинг— це діяльність із створення тривалої прихильності до товару на основі сукупного впливу на споживача рекламних повідомлень, товарної марки, пакування, матеріалів для стимулювання збуту та інших елементів комунікації, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ.

Туристичний брендинг передбачає формування переваг місць туристичного призначення в процесі управління іміджем та промоцією туристичної привабливості міста чи країни за допомогою туристичного бренду.

У туристичному брендингу використовують такі інструменти: гасла, теми та позиціонування; візуальні символи; події та діяльність.

Цілями брендингу на національному туристичному ринку є: формування привабливого іміджу країни; пропаганда культури, особливостей історії, національного менталітету тощо країни чи міста, де вироблено туристичні продукти чи надано послуги; створення та закріплення у свідомості споживачів образу туристичного товару чи послуги країни чи міста, де вони вироблені задля підтримання запланованого обсягу продажів; збільшення прибутків внаслідок поширення відомостей про унікальні якості туристичних товарів чи послуг, що впроваджуються за допомогою привабливого образу місця їхнього виготовлення чи надання.

Перевагами брендингу у туризмі є: можливість отримувати додатковий прибуток; змога захищати виробника в процесі роботи з партнерами; полегшення процедури вибору туристичного продукту споживачем; можливість ідентифікувати туристичну компанію та її послуги серед туристичних продуктів конкурентів; полегшення виходу виробника з новими товарами на суміжні ринки; можливість інвестування в майбутнє.

Для формування бренду країни слід активно використовувати її культуру, історію, розташування, національні особливості тощо. Саме зі створення бренду держави розпочинається туристичний брендинг, за допомогою якого визначають унікальність вітчизняних туристичних ресурсів порівняно з конкурентами.

На сьогоднішній день на національному ринку туристичних послуг представлено бренди таких міст України: Київ, Львів, Харків, Черкаси, Ялта, Кривий Ріг, Донецьк, Чернігів, Миргород, Чернівці, Одеса, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Тернопіль, Бердянськ, Кам'янець-Подільський, Керч, Луцьк, Судак, Саки, Феодосія, Херсон, Івано-Франківськ, Житомир.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. г. наук, доцент

Білик А.С.

Національний авіаційний університет, Київ

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Сучасні негативні тенденції згубного впливу людського фактору на природу, нерациональне використання природних ресурсів в кінцевому результаті призведе до її руйнування. Саме тому оптимальним і ефективним механізмом стримування таких негативних процесів є екологічний туризм. Від початку ХХІ століття екологічний туризм, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації, є одним із секторів туристичної індустрії, що динамічно зростають..

Екологічний туризм – це відносно нове явище в туристичній діяльності. Початком формування концепції екотуризму слід вважати 1980-ті роки, коли в пресі з'явилися дослідження на цю тему, пов'язані з роботами німецьких і швейцарських учених.

Екологічний туризм у сучасному уявленні – це вид активного відпочинку в межах відносно недоторканих і природоохоронних територіях, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними й спортивно-оздоровчими функціями акцентується увага на зв'язках між природним і соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, набуваються навички гармонійних стосунків між людиною і природою, формується ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості.

Історично склалися дві моделі екотуризму. Перша з них реалізується у формі подорожей в переважно непорушену природу. Сформувалася вона в США та Канаді, але найповніше втілилася в Австралії, тому її називають австралійською. Друга – західноєвропейська модель – реалізується в культурному ландшафті, тобто перетвореному діяльністю людини. Ця модель отримала ще назву «природно-орієнтованого», «екологічно та соціально-відповідального» туризму.

Всебічне втілення концепції сталого розвитку в життя робить екологічний туризм з кожним роком все більш значимим. Ефективне та раціональне використання ресурсного потенціалу та оптимальне вирішення проблем регіонального розвитку – ось дві найважливіші мети, які намагається досягти стратегія сталого розвитку для будь-якої території. Зонами екологічного туризму найчастіше стають території природних парків. За даними Міністерства охорони природи в Україні, в 4 біосферних заповідниках, 48 національних природних парках і 77 регіональних ландшафтних парках по Україні діють близько 150 екологічних стежок протяжністю до 1300 кілометрів, 43 еколого-інформаційних центри, 36 музеїв природи, обладнані сотні місць для відпочинку. Це дозволяє організувати різні екотуристичні екскурсії, пропонувати туристам любительську та спортивну риболовлю, сплави по річках на плотах і човнах, кінні та велопротяжки.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. г. наук, доцент

УДК 338.46 (043.2)

Давиденко М.О.

*Національний авіаційний університет, Київ***РОЗВИТОК РИНКУ АВІАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ:
МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ТУРИЗМУ**

На сьогоднішній день популярність повітряного транспорту в туризмі зростає значно швидше, ніж інших видів транспорту. Це обумовлюється розширенням туристичних горизонтів, тобто географічним освоєнням нових туристичних напрямків, та високими вимогами споживача щодо скорочення термінів подорожі на користь їх частоти, тобто зростання попиту на короткострокові подорожі на далекі відстані.

За даними Міністерства інфраструктури України, у 2013 р. українськими компаніями було перевезено 8,1 млн. пас., стільки ж як і у 2012 р. В цілому ж, пасажиропотік через українські аеропорти (враховуючи пасажирів, що скористалися послугами не тільки українських, але й закордонних авіакомпаній) зріс з 14,1 до 15,3 млн. чол., або на 7,3 %. Загалом, обсяги авіаційних перевезень мали за період 2000-2012 р. постійну тенденцію до зростання та досить високу позитивну динаміку, яка кардинально помінялася у 2014 р. внаслідок військово-політичного конфлікту з РФ. Авіакомпанії України 2014 р. скоротили перевезення пасажирів на 20,2% порівняно з 2013 р. – до 6,475 млн. пасажирів. Регулярні рейси в/із України 2014 р. здійснювали вісім вітчизняних компаній у 35 країн світу, кількість перевезених пасажирів скоротилася на 10,6% – до 3,924 млн. Внутрішні перевезення охопили 11 міст, здійснювалися шістьма українськими авіакомпаніями і скоротилися на 46% – до 629,2 тис. осіб. Низький обсяг внутрішніх перевезень обумовлюється тим, що авіаційний перевезення, через високу собівартість, не є доцільними при переїздах у межах країни, але завдяки високій експлуатаційній швидкості авіатранспорт є максимально ефективним в питанні міжнародних перевезень.

Обсяги авіаперевезень та обсяги туристичного ринку характеризуються істотним рівнем взаємного впливу та можуть розглядатися як супутні продукти. Такий підхід визначає можливість прогнозування ринків авіаперевезень та туристичних послуг. Сучасна ситуація в галузі туристичних авіаперевезень в Україні змінюється під дією таких факторів як інфляція і девальвація гривні, що значно знижує купівельну спроможність населення. З іншого боку у листопаді 2013 року було парафоровано Угоду між Україною та країнами ЄС про Спільний авіаційний простір, наразі вже лібералізовані ринки авіаперевезень між Україною і такими туристичними країнами як Грузія, Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ), Іспанія, що у свою чергу, стимулює туристичний попит на ці destinations.

Науковий керівник – Л.М. Ткачук, канд. з. наук, доцент

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Сучасний стан туристичного ринку в Україні знаходиться під впливом багатьох чинників, серед яких: активізація політичних рухів наприкінці 2013 року, внаслідок чого важливий туристичний, діловий, культурний центр – Київ, почав асоціюватися із потенційною небезпекою для життя, проведення антитерористичної операції на Сході України, що стало причиною кардинального зменшення туристичних потоків не лише до цієї частини, а й до всієї країни в цілому, анексія Криму – популярної туристичної дестинації, яку відвідували близько 6 мільйонів осіб щорічно, складне економічне становище – зростання курсу іноземних валют і пов'язана із цим девальвація національної валюти, відмова від підвищення економічних норм життя, проблеми із виплатою заробітної плати та соціальних виплат, обанкручування підприємств, виникнення негативних настроїв у суспільстві, пов'язаних із діями представників влади.

Обсяг громадян, які виїжджали за кордон у 2014 році по відношенню до 2013 року зменшився на 5,5%, особливо показники спеціалізованого та виїзного туризму. Такий показник є відзеркаленням реального економічного стану в країні.

Загальна кількість в'їзних туристів в Україні зменшилась на 49%. Низький обсяг відвідування України іноземцями свідчить про наявність проблем щодо формування позитивного міжнародного іміджу, реклами послуг закордоном та загального рівня розвитку сфери туризму.

Аналізуючи показник динаміки кількості внутрішніх туристів, можна дійти висновку, що внутрішній туризм також зазнає спаду. Окрім загальних причин, на цей показник впливає також поширення самодіяльного туризму – завдяки сучасним технічним засобам та мережі Інтернет практично кожний бажаючий може самостійно замовити комплекс необхідних йому послуг, не звертаючись при цьому до туристичних підприємств.

Пропозиція туристичних операторів на сучасному ринку туризму України є дещо підлаштованою до ситуації: створюють гірськолижні тури та пізнавально-екскурсійні тури переважно Україною. Пропозиція екзотичних турів є обмеженою. Крім того, кризовою можна назвати ситуацію в круїзному туризмі – якщо раніше була можливість розпочати подорож із Ялти чи Одеси, то зараз такої можливості немає.

На основі аналізу статистичних джерел можна зробити висновок, що стан туристичного ринку України в 2014 році погіршився: якщо більш-менш спокійний 2013 рік приніс спад до обсягів турпотоків, то 2014 рік став катастрофічним для туристичної галузі, результатом чого є не лише зменшення надходжень від туризму, а й тимчасове або повне припинення діяльності туристичних компаній різного рівня – від невеликих турагенцій до національних туроператорів.

РЕСУРСНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ РЕЙТИНГ ОБЛАСТЕЙ УКРАЇНИ

Актуальність. Рекреаційні ресурси використовуються чи можуть бути використані для відпочинку, туризму, лікування та оздоровлення населення. Комплексна оцінка потенціалу рекреаційних територій передбачає пофакторно-інтегральну оцінку не лише рекреаційних ресурсів, а й матеріально-технічної бази, рекреаційної місткості.

Мета. На основі аналізу рекреаційних ресурсів суб'єктів України та їх комплексної оцінки виявити ресурсно-рекреаційний рейтинг областей України.

Результати досліджень. Проблематикою рекреаційних досліджень займались: Шабардіна Ю.В., Бережна І.В., Черчик Л.М., Зелінський І.П., Мацола В.І. Для реалізації поставлених завдань обрана методика Мацоли В.І. як найбільш доцільна й обґрунтована для оцінки рекреаційних ресурсів областей [3, С.55-56]. На основі зібраних даних було здійснено комплексну оцінку рекреаційних ресурсів (Рис.1) областей України.

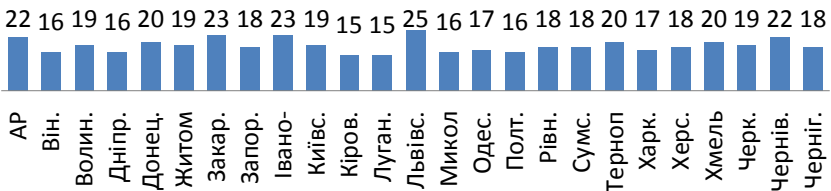


Рис.1 Комплексна оцінка рекреаційних ресурсів регіонів України

Висновки. Отже, найвищий показник інтегральної оцінки рекреаційних ресурсів має Львівська область (25 балів). Переважають у межах України області з показниками від 16 до 19 балів, що говорить про середній рівень забезпечення їх рекреаційними ресурсами. Найменші показники інтегральної оцінки мають Кіровоградська та Луганська області (по 15 балів). Досить високі показники комплексної оцінки свідчать про те, що наша країна має усі необхідні рекреаційні умови і володіє відповідними ресурсами для розвитку рекреаційно-туристичної сфери та перетворення її на провідну галузь економіки і важливу частину європейського рекреаційно-туристичного ринку.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування/О.О.Бейдик.– К.: КНУ, 2001. – 397с.;
2. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство / Панкова Є.В. – К.: “Альтерпрес”, 2003.– 352с.;
3. Стафійчук В.І. Рекреологія/ В.І.Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2006.–264 с.

Науковий керівник – Г.Ш. Уварова, канд. п. наук, доцент

ПІДЙОМ НА ОЛІМП ЧИ ПАДІННЯ В ПІРВУ? КУДИ БЛИЖЧЕ УКРАЇНСЬКОМУ ТУРИЗМУ?

Ні для кого не секрет, що туристична діяльність на сьогодні є однією з найбільш перспективних та високодохідних галузей, яка в сучасних умовах динамічно розвивається та головне – слугує стабілізації держбюджету.

Та чи сприяє наша держава зростанню доходів українського туризму? Власне, розібратися в цьому питанні досить складно і водночас просто. Оскільки цьогоріч в бюджеті країни на розвиток даного виду діяльності коштів не закладено взагалі.

Безсумнівно, при таких умовах Україні важко просувати туристичний бізнес, зважаючи в першу чергу на дестабілізацію на Сході. Кількість закордонних туристів в разі скоротилася через бойові дії на Донбасі. Ще однією важливою причиною послаблення є ліквідація центрального органу – агентства з туризму та курортів. Натомість дана галузь від нещодавно підпорядковується Міністерству економічного розвитку і торгівлі, а контрольні функції покладено на державну службу з питань харчових продуктів та захисту споживачів.

Та яким би богемним не здавалося курортне життя, воно все рівно потребує сприятливих умов для свого функціонування. Важливим фактором є природний та історико-культурний потенціал, який, безсумнівно, присутній. Хоча наша держава використовує лише одну третину туристичних ресурсів, якими володіє. З метою покращення ситуації у туристичній сфері було розроблено та прийнято безліч законів та постанов, котрі врегульовують та окреслюють основні напрямки розвитку даної діяльності в Україні.

Важливою подією, що сколихнула не лише вітчизняних туристів, але й іноземних – стала анексія Криму – туристичної перлини нашої країни. Рекреаційні ресурси півострова мали високий потенціал розвитку туризму. Тому, охарактеризовуючи туристичну діяльність в Україні, слід окреслити основні проблеми його розвитку на сучасному етапі. Першим аспектом, як уже було зазначено, залишається відсутність фінансування з боку влади. Дуже важко розвивати цю потужну індустрію без певних коштів. Наступною є недосконалість і застаріла нормативно-правова база. Потребує змін закон «Про туризм». Немає також комплексного підходу маркетингової стратегії держави, активного механізму залучення інвестицій. Сприяючим чинником є в'їзні іноземні туристи, та нині вони стали нехтувати нами через ілюзію повномасштабної війни. Україна сприймається за кордоном як «гаряча точка» планети, і саме це стало причиною суттєвого зменшення відвідувачів.

Науковий керівник – І.В. Заря, канд. екон. наук, доцент

СУЧАСНА ЖУРНАЛІСТИКА: ВІД ТРАДИЦІЇ ДО ТРАНСФОРМАЦІЇ

УДК:81'(043.2)

Стельмашов А.К.

Національний авіаційний університет, Київ

МОВНІ МАНІПУЛЯЦІЇ У ПОЛІТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

З інформаційними маніпуляціями межують мовні маніпуляції, що використовуються як один із інструментів перших. Від обраного стилю подачі залежатиме ставлення громадськості до певної події, а отже, гіпотетично і її дії.

У ситуації існування багатьох альтернативних, залежних від різних об'єктів, джерел інформації розпізнати мовні маніпуляції неважко [Николаева Т. Лингвистическая демагогия // Прагматика і проблеми інтенціональності. – М.: 1988]. Проблема у тому, що споживачі переважно консервативні, користуються інформацією з одного-двох джерел, не збільшуючи коло надходження інформації і не порівнюючи сутність повідомлень, потрапляючи таким чином під вплив маніпуляторів.

Ефективний прийом таких маніпуляцій – будувати речення з невизначеним підметом «вони»: «В уряді вважають...», «С думка...», «Кажуть, що...». Також маніпулятори можуть робити висновки за допомогою узагальнення дій, імен, ситуацій [Кара-Мурза С. Маніпуляція сознанием. – К.: Ориань, 2003. – 500 с.].

Величезна робота зі створення спеціальної мови для повідомлень преси була проведена в США під час війни у В'єтнамі. Були складені цілі словники (тезауруси) для позначення тих або інших явищ та дій, які справляли на читача потрібне враження (у лінгвістичних працях перераховуються й принципи підбору слів). Деякі дослідники вважають, що була штучно розроблена «субмова», яка отримала назву «в'єтлійської» (Vietlish, Vietnam English). Так, з 1965 р. воєнні дії у В'єтнамі називалися в пресі «програмою умиротворення».

Створення штучної мови відбувається у двох напрямках. У першому шукається прийнятне по денотації слово. Вибираються слова, у денотації (діапазоні значень) яких є й такі, що можуть давати означення потрібному явищу, навіть якщо це одне з багатьох значень слова, яке дуже рідко вживається. Але воно існує, і не є прямою неправдою. Слова «умиротворення» та «війна» можуть входити до одного діапазону значень, відтак замість слова «війна» вживається «умиротворення».

Другий вплив слова – конотація, тобто ті асоціації, які виникають під час промовляння або прочитання слова. Особливу роль в пропаганді займає слово «стриманість». Конотація його ефективна для пропаганди. В 1972 р. у зверненні до народу президент Р. Ніксон заявив: «Упродовж всієї війни США проявляли безпрецедентну як для військових стриманість».

Другим ключовим поняттям було словосполучення «захисна реакція». Наприклад, бомбардування Північного В'єтнаму в лютому 1972 р. (139 нальотів) називалося «захисною реакцією». Під час в'єтнамської війни були розроблені методи побудови складних політичних евфемізмів. Це вже не окремі слова та

поняття, а великі мовні конструкції з чітко визначеними ефектами впливу на свідомість.

З мови були виключені всі слова, які викликають негативні асоціації: війна, наступ, зброя для знищення живої сили. Замість них запровадили нейтральні слова: конфлікт, операція, пристрій (antipersonnel device). Мертві зони, в яких діоксином знищили рослинність, називалися «санітарними кордонами», звичайні концтабори – «стратегічними селищами». Було заборонено використання величезної кількості звичайних слів. Схожі технології використовувала і радянська влада під час військових дій в Афганістані.

Політичні евфемізми, які маскують справжню суть явищ, створюються й за допомогою термінів. Це спеціальні слова, що мають точний зміст, причому аудиторія чітко розподіляється на тих, хто знає точне значення терміна, і на тих, хто не знає.

Але головне, що терміни мають значний вплив на свідомість, оскільки опираються на авторитет науки.

Заміна слів і понять політичними евфемізмами як ціла технологія призводить до явища, яке афінський історик Фукідід назвав корупцією мови. Будучи свідком занепаду Афін, він залишив опис корупції як найважливішої ознаки цього занепаду. Серед інших видів корупції він особливо виділив саме корупцію мови – значення слова почали змінюватись до протилежних. Різні партії стали використати те саме слово в різних значеннях.

Важливий метод у вивченні маніпуляції за допомогою психоаналізу відкрив Джеймс Вайкері. Він вивчав вплив слів (семантики) на підсвідомість. Наприклад, на підсвідомість сильно діє слово «життя» і похідні від нього, зокрема приставка «біо». Існує багато прикладів використання цього явища у рекламі («Крамниця життя», «Біонормалайзер», «Біомаса» і т.д.)

Знайдені прийоми й методи в області реклами були потім перенесені в політику. Найбільшу популярність Вайкері принесло відкриття «сублімінальної», (тобто підсвідомої) реклами або сублімінального кіно. Відомо, що сприйняття людини має поріг (обмеження). У свідомість людини надходять лише ті сигнали, які за своєю силою та тривалістю перевищують деякий поріг, а інші, слабкіші й короткострокові сигнали (шуми) відсіваються і віддруковуються у підсвідомості. Під час годинної демонстрації фільмів Вайкері на мить (0,003 секунди) проектував на екран слова «Кока-кола» й «Їжте поп-корн».

Ці сигнали були нижчі за поріг сприйняття, оскільки свідомість фіксує образи, які затримуються не менше 0,05-0,06 секунди. Але око їх бачило, і вже за годину після таких сеансів продаж кока-коли у буфеті зростав на 16%, а поп-корну на 50%. Для реклами подібних продуктів ефективність була безпрецедентною. Фахівці побачили в цьому відкритті величезні можливості маніпуляції поведінкою людини взагалі. Незабаром після відкриття Дж. Вайкері дослідження в цьому напрямі майже зникли з відкритого друку.

Спираючись на сформований тип мислення людини маси, засоби масової інформації стали найважливішим фактором зміцнення цього типу мислення.

ЗМІ привчили людину мислити стереотипами й поступово знизили інтелектуальний рівень повідомлень так, що перетворилися на так званий «інструмент притуплення».

Отже, можна зробити висновки: правильно підібрані слова і тон є основою вдалої маніпуляції. Аудиторія реагує не стільки на зміст слів, скільки на самі слова. Вони сприймаються на рівні підсвідомості. Слова можуть впливати як на розум, так і на волю й бажання, коли цього бажає маніпулятор.

Однак можливості мовних маніпуляцій обмежені масовою свідомістю, сформованими стереотипами і поглядами людей. Відповідно перешкодами для маніпулювання можуть стати власний досвід людей та неконтрольовані політиками системи комунікацій.

ЖУРНАЛІСТИКА В ЗОНІ ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ

«Воєнний конфлікт» - це гостра форма зіткнення сторін у розв'язанні суттєвих протиріч у процесі соціальної взаємодії із застосуванням збройної сили.

Журналісти у зоні воєнного конфлікту можуть акредитуватися при одній з армій та вважатися військовими кореспондентами. Проте, в такому випадку, репортери ризикують бути сприйнятими як ціль іншою воюючою стороною.

Сьогодні безпека журналістів не завжди гарантується воюючими сторонами, навіть тоді, коли це обумовлено міжнародним законодавством, тому що багато радикальних угруповань відкрито зневажають міжнародні домовленості. Так як кореспонденти і їхні помічники, виконуючи свій професійний обов'язок інформувати суспільство, постійно потрапляють під дію численних ризиків у зоні бойових дій, то їхні роботодавці повинні надавати їм усіяку підтримку, включно зі страхуванням, додатковими виплатами та гарантіями і контактами з місцевою владою та військовими. Журналісти зобов'язані об'єктивно інформувати суспільство про якомога більшу кількість подій у зоні воєнного конфлікту, спростовуючи пропаганду. Основне завдання – показати вплив конфлікту на життя мирного населення. Кожна історія у зоні воєнного конфлікту несе в собі певну небезпеку. Багато людей за таких умов підозріло, а інколи й відверто вороже, ставляться до репортерів, тому що вони можуть щось приховувати або просто недолюблювати країну чи медіа, котрі представляє певний кореспондент. Ризик – це особистий вибір. Варто пам'ятати, що загиблі журналісти стають частиною історії, частиною історичної події, і більше не можуть виконувати свою роботу. Тому вони мають спочатку оцінити свою безпеку, а потім намагатися отримати матеріал. Більшість журналістів їдуть в гарячі точки з власної ініціативи, і їх редакції не беруть на себе відповідальність за наслідки. Жодна історія чи репортаж не варті життя журналіста.

Журналістська етика – сукупність правил і стандартів, яких має дотримуватись кожен працівник ЗМІ. В умовах війни досить важко вимірювати все, що відбувається, звичайними правилами. У загальному значенні – це стандарти, яких має дотримуватись працівник засобів масової інформації під час виконання своїх професійних обов'язків. Та в умовах війни досить важко вимірювати все, що відбувається, звичайними правилами. Причина одна - є більш цінності, особливо — цінність людського життя. І якщо жорстке дотримання стандартів професії буде призводити до загроз життю окремих людей або ж, наприклад, цілісності держави, — ми ризикуємо залишитися без якісної журналістики.

Науковий керівник – А.А. Іващук, канд. соц. ком., доцент

УДК: 070.11(043.2)

Баюрко Н.М.

*Національний авіаційний університет, Київ***НОВИЙ НОВИННИЙ ЕФІР ТА ФАХОВА ОСВІТА ЖУРНАЛІСТІВ**

Новинний ефір сьогодні – це нова, велика індустрія, яка пройшла свій шлях із далеких часів та утворилася внаслідок потреб людини в оперативному інформуванні про події довкола. Ефірні новини правлять балом, вони стали характерною складовою радіо і телебачення. Сьогодні дедалі більше людей отримують щоденну порцію новин з прослуховування і перегляду, ніж з читання. Водночас, завдяки стрімкому зростанню кількості каналів, збільшилась і кількість джерел ефірних новин, а технологічні досягнення вивели пошук, обробку та подачу фактів на вищий рівень швидкості та складності.

Зміни набрали обертів. Буяння засобів масової інформації породжує різноплановість журналістських функцій: репортери, дизайнери, літературні редактори, верстальники, оглядачі, фотографи, позаштатні журналісти та збирачі інформації. Нові технології і методи докорінно змінили суть роботи медійників. Журналістика отримала нові можливості. Тепер ми можемо подорожувати у далекі краї, маючи з собою маленьку компактну камеру, яка запише зображення і звуки, придатні для ефіру. За допомогою звичайних комп'ютерів ми можемо змонтувати репортаж і навіть створити телевізійну мережу. Приміром, двоє з найвидатніших журналістів Бі-Бі-Сі, Майкл Берк і Кейт Ейді, починали кар'єру з місцевого радіо, а відомий український військовий кореспондент Андрій Цаплинко спочатку працював освітлювачем в Харківській Обласній Телерадіокомпанії. Журналістика за короткий період стала в рази доступнішою. Ще десятиліття тому обладнання коштувало захмарні суми, а що ж сьогодні? Сьогодні відносно дешева високоякісна технологія безперешкодно задовольнить бажання кожного приєднатись до царини журналістської діяльності. Активна індустрія альтернативних медіа (видання одноразових випусків в рамках певних кампаній, видання релігійних груп та етнічних меншин від аматорів) виживає попри все – усупереч величезному економічному впливу масової преси.

З іншої сторони, у великих медіа холдингах ефірні журналісти з дипломом про вищу освіту мають більше переваг при прийомі на роботу, ніж аматори. Адже журналіст – це людина, яка формує громадську думку і бере участь в управлінні масовими емоціями. Тому більшість телерадіокомпаній запрошують до співпраці людей із досвідом роботи, вищою освітою та знанням іноземних мов. Орієнтована на практику вища освіта в галузі журналістики і медіа, дає цікаву загальну картину роботи на радіо чи телебаченні та згодом забезпечує перевагу на старті кар'єри.

Так, наприклад, типовий стажер Ай-Ті-Ен – це людина віком 23-24 роки з вищою освітою, яка має певний багаж знань та життєвий досвід. Така ж ситуація спостерігається й на українських теренах. Навіть, якщо диплом не потрібен, щоб почати працювати, він нагадає про свою важливість, коли прийде час підвищення у посаді.

Також варто взяти до уваги, що останнім часом журналіст сам виконує повний цикл виробництва медіа-продуктів. Відповідно знижується цінність рефлексивного, аналітичного й етичного підходу. Домінуюча журналістська культура підкреслює також важливість технічних навичок та практичного досвіду. Таке переконання особливо посилюється із запровадженням новітніх технологій, вимог до журналістів мати відповідні професійні навички та працювати у різних типах медіа.

Науковий керівник – В.М. Васильченко, канд. філол. наук, доцент

ЦИТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ АУДИТОРІЄЮ У ЗМІ

Одночасно з появою і становленням нових форм журналістики, зростає її роль як соціального інституту, інструментарію для керування думкою споживача інформації. Виходячи за межі суто інформаційного ресурсу, журналістика перетворюється на рушійну силу, яка формує громадську думку стосовно тих чи інших явищ, процесів, стає якісним показником настроїв суспільства. Для виконання таких завдань журналіст вдається до використання спеціальних технологій впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Оскільки головним завданням сучасної журналістики стає не стільки надання оперативної інформації, а формування конкретного погляду на певну проблему, то на перший план виходять такі завдання як максимальний контакт зі споживачем інформації й активна участь журналіста у формуванні громадської думки та соціальному орієнтуванні. Одним з ефективних шляхів формування громадської думки є цитування. Цитування - це пряме художнє використання першоджерела з посиланням на нього, головний засіб виразності у риторичі. Основні закони риторики стали інструментом для журналістів під час створення власного матеріалу. Серед інструментів маніпуляції громадською думкою, воно стоїть на одному шаблі поряд з вербальними засобами впливу: аналогіями, статистикою, повторенням, «напівправдою», акцентами тощо

Сучасні тексти ЗМІ перенасичені цитатами посадових осіб та перевірених джерел. Причиною цього є досить високий рівень довіри, яку виявляє споживач інформації до прямої мови. Згадане джерело автоматично створює контакт між автором та громадськістю.

Розглядаючи цитування як технологію керування громадською думкою, варто зазначити, що кожна цитата – це уривок з потоку інформації, який журналіст використовує для задоволення власних потреб. Головна вимога до цитування передбачає, що воно має бути повним, без довільного скорочення авторського тексту й без перекручень думок автора. Журналісти часто, проводячи інтерв'ю з особою, виокремлюють з її відповіді фрагмент, який і стає заголовком матеріалу або цитатою, що використовується як засіб маніпуляції аудиторією.

Головна характерна риса використання цитування у текстах ЗМІ – уповільнений ефект. Щоразу повертаючись до змісту матеріалу, споживач буде рухатись задалегідь продуманими для нього напрямками, відтворюючи задум автора. ЗМІ формує певний погляд на проблему, який не є нейтральним. Автор вибудовує власну позицію задля реалізації цільової установки. У наведеному прикладі простежуємо формування конкретного погляду на поставлену проблему.

Отже, можна стверджувати, що цитування є однією з головних і досить переконливих технологій впливу на аудиторію, що зумовлює її широке використання у текстах ЗМІ.

ІСТОРІЯ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

Згідно ЗУ "Про рекламу" реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами.

Українська реклама в різні періоди свого розвитку пережила колосальні зміни і розвинулася від первинної своєї форми — протореклами — до рівня сучасної рекламної індустрії.

Реклама є інструментом маркетингової комунікаційної політики, тому є всі підстави розглядати розвиток української реклами як еволюційний процес, безпосередньо пов'язаний:

- з розвитком економіки України;
- з історією становлення і розвитку маркетингових комунікацій в Україні;
- з розвитком засобів розробки, створення і поширення рекламної продукції (інтелектуальних ресурсів, писемності, графіки, живопису, поліграфії, преси, радіо і телебачення).

На сьогодні термін "реклама" набуває традиційної і найбільш звичної форми привертання уваги споживача до продукту. Вона існує вже кілька століть і змінюється разом із навколишнім світом. Однак якщо в більшості країн розвиток реклами йшов відносно рівномірно та поступово, то в Україні, ще довгий час розвиток реклами протікав то занадто швидко, то занадто повільно, а то й зовсім призупиювався. Тому за історію свого існування вітчизняна реклама відставала від розвитку реклам прогресивних країн. Але, все ж таки, згодом вітчизняна реклама спромоглася досягти певних висот. Почала формуватися нова інфраструктура рекламного ринку: видання – рекламна агенція – рекламодавець, почали збільшуватись обсяги реклами, а також якісний рівень послуг.

Вивченням реклами займалися такі відомі вчені та рекламісти світу:

П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, Г. О'Райлі, А. Кромптон, Д. О'Гілві. Запропоновані ними концепції знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених: С. Бабенка, В. Андрійчука, В. Будкіна, І. Рожкова, Б. Губського та ін.

Як бачимо, проблема реклами дуже популярна і досить вивчена у світі, але з розвитком новітніх технологій з'являються нові проблеми реклами у пресі, нові шляхи їх вирішення і, звичайно, повинні бути ті, хто б міг досконало вивчити та розв'язати ці проблеми.

Слід зазначити, що хоча рекламний бізнес існує в Україні відносно недавно, рівень його розвитку, в цілому, задовольняє як стороннього спостерігача, так і кваліфікованих спеціалістів цієї справи. Хоча, все ж таки, не можна сказати, що цей бізнес в Україні бездоганний, звісно, він має свої недоліки, але будемо вірити та сподіватись, що рекламні агенства зможуть їх подолати та вийдуть на світовий рівень.

Науковий керівник – О.І. Ескіна, канд. соц. ком., ст. викладач

МАНІПУЛЯТИВНІ МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОСТІ

Особливістю сучасного світу є зростання і посилення ролі інформації у розвитку суспільних відносин. Як наслідок – активні процеси в системі публічних комунікацій роблять сучасне суспільство залежним від засобів масової інформації (ЗМІ). Поряд із перевагами такого “інформаційного суспільства”, існує проблема, що характеризується масштабною загрозою: маніпулювання масовою свідомістю.

Про інформаційні війни дослідники заговорили в ХХ столітті. Є. Доценко у книзі “Психологія маніпуляції” розглядає психічний вплив маніпулятивних технологій: “Маніпуляція не тільки спонукає людину, що знаходиться під таким впливом, робити те, чого бажають інші, вона змушує людину хотіти це зробити”.

Маніпуляція – не насильство. Її мета не примусити, а спокусити. Успішність ЗМІ у маніпулятивних заходах полягає у тому, що переважно, громадяни не бажають витрачати час на розумові потуги, аби хоча б піддати сумніву факти, висвітлені медіа.

Радіо-, телекомпанії, видавництва та інтернет-ресурси належать конкретним корпораціям і конгломератам, які змушують ЗМІ говорити те, що вигідно їм. Тому, часто можна спостерігати “війну компроматів”. Якщо визначити власника певного медіа, то стає зрозуміло, чому раптом “секретна” інформація про його “заклятого ворога” з правоохоронних органів, наприклад, стає відомою загалу.

Серед прийомів впливу на свідомість, ЗМІ найчастіше використовують такі як: “анонімний авторитет”; “ефект звикання”; “ефект присутності”; “інформаційна блокада”; “використання медіаторів”; “відволікання уваги” тощо.

Засоби масової інформації фактично контролюють погляди суспільства, звертають увагу на окремі події, штучно створюють значущість певної ідеї, знецінюючи іншу. Те, що залишається поза каналами масової комунікації – не має впливу.

Активні процеси в системі публічних комунікацій роблять сучасне суспільство вкрай залежним саме від засобів масової інформації. ЗМІ стали головним інструментом впливу. Фактично-психологічний тиск на споживачів інформаційних послуг, з метою зміни їхніх поглядів, позицій, бажань – загрожує суспільством з атрофованим мисленням, у майбутньому.

Не викликає сумнівів необхідність всебічного вивчення сукупності вербальних і невербальних засобів, технологій і тактик, які використовують ЗМІ при висвітленні фактажу. Це дозволить краще зрозуміти, визначити і передбачити маніпуляції, аби, в подальшому, виховувати у медіа-споживачів значущість суб’єктивної точки зору.

Науковий керівник – А.А. Івацук, канд. соц. ком., доцент

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМАХ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

У сучасних умовах процвітання національного інформаційного простору на журналіста лягає серйозна відповідальність перед громадянами України за той вплив, який чинять його матеріали, надруковані у періодиці, показані по телебаченню, виголошені на радіо. Розвиток засобів масової інформації створили умови для маніпулювання суспільною свідомістю. Телебачення у цьому сенсі відіграє особливу роль, бо свій маніпулятивний потенціал розвиває саме за рахунок того, що майстерно приховує відмінність між фікцією і реальністю. Саме тому інформація розповсюджена за допомогою телебачення виявляється значно переконливішою для публіки, ніж аргументи теоретичної властивості. Сьогодні науковий інтерес до вивчення даної проблеми підтверджує свою актуальність. Це пов'язано з тим, що в конкретно-історичних умовах сучасної інформаційної цивілізації, з посиленням ролі інформатизації та глобалізації суспільства феномен соціального маніпулювання набув тотального характеру.

Винайдене на початку ХХ ст. телебачення стало найважливішим засобом поширення інформації та одним із видів послуг. Датою справжнього народження телебачення можна вважати 1937 р., коли відбулася перша телетрансляція для широкої публіки з лондонського «Александр-Пелас». Над проблемою розвитку телебачення працювало багато вчених, зокрема шотландець Джон Лоджі Байард, росіянин Володимир Зворикін та американець Філо Фарнсуерт. На сьогодні, розповсюдження інформації на телебаченні є засобом політичного, економічного та інших видів впливу на свідомість та діяльність людей. Особливістю масово-інформаційних процесів останнього часу є їхня «демасифікація» – можливість вибору для індивіда тієї інформації, яку він хоче сам отримати, а не яку йому нав'язують ззовні, хоча це й пов'язано з певними труднощами технічного і політичного плану.

Оксфордський словник англійської мови трактує термін «маніпуляція» як акт впливу на людей або управління ними зі спритністю, особливо із зневажливим підтекстом, як приховане управління або обробка.

Новинні програми – це своєрідний інформаційний епіцентр телебачення. Інформаційні програми у багатьох випадках, в першу чергу, не тільки інформують, а й залякують. Прикро, що значною мірою ця загальна тенденція відобразилася на другому за показниками рейтингів всеукраїнському каналі «Студія 1+1». Утім, це закономірно. Ще у березні 2008 року нові власники даного телеканалу – компанія «СМЕ» – оголосила про переорієнтацію інформаційної програми «ТСН». Згідно з новими правилами, 90% новин, що входять до випуску, формуються за ознаками шести «С» та одного «Г». Йдеться про Скандали, Сенсації, Страх, Секс, Смерть, Сміх та Гроші, тобто майже усі новини, що

наповнюють випуск і відповідно цікаві для глядачів «ТСН» мають вищезгадані ознаки.

У діяльності телебачення велика увага приділяється ролі новин як одного із фундаторів громадської думки. З'ясовано, що працівники «ТСН» використовують різноманітні прийоми роботи з інформацією для її оптимального впливу на споживачів. До таких прийомів відносять: замовчування, перестановка фактів, залучення авторитетного посередника, підбір опитування і рейтингів, підбір цитат, використання емоцій, монтаж.

Зазначені вище прийоми роботи з інформацією активно використовуються працівниками «ТСН» у їхній повсякденній діяльності для оптимального впливу на свідомість глядачів.

В ході дослідження, було визначено, що тема маніпулятивних технологій на сьогодні є досить поширеною. Регулярно журналісти вдаються до застосування маніпуляцій в інформаційних програмах українського телебачення. Тому актуальною проблемою є вивчення маніпулятивних технологій, для того, щоб навчитися розпізнавати правдиву та недостовірну інформацію про події та явища, які відбуваються у країні та світі.

Науковий керівник – А.А. Івацук, канд. соц. ком., доцент

ПАТРІОТИЗМ У ЗМІ ЯК РІЗНОВИД ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ РЕЦИПІЄНТОМ

Засоби масової інформації безсумнівно впливають на суспільство, на його розвиток в цілому і, на сприймання світу конкретними індивідуальностями. Інформація завжди впливала на оновлення життя, розвиток суспільства, у тому числі на політичне життя, обумовлюючи пошук нових підходів, рішень. Але суттєвішим є їх опосередкований вплив на погляди, настрої, переконання широкого загалу громадян, на формування громадської думки.

Впливати на свідомість людини можна різними методами – нав'язування якоїсь конкретної думки, викривлення фактів, спалювання реальності. Але є і більш гуманістичні методи – обрати певний аспект, який дуже близький тій чи іншій групі людей й за допомогою нього впливати власне на сприйняття інформації. Що це може бути? Сучасні ЗМІ нерідко оперують такою категорією як патріотизм.

Під патріотизмом розуміють любов та відданість Батьківщині, прагнення своїми діями служити її інтересам. Тобто мас-медіа показують реципієнту його, набутий віками, зв'язок із власною державою й викликають певні емоції через факт усвідомлення присутності чи відсутності даного почуття.

Особливо часто ця категорія моралі почала використовуватись під час військових дій на Донбасі. Рекламні ролики на всіх провідних телеканалах презентували гучні заклики «Україна єдина», «Єднаймося», «Врятуємось разом». У кожній телепрограмі, незалежно від її тематичного спрямування, завжди знаходились мешканці Донецької чи Луганської області, які розповідали свою емоційну історію й викликали співчуття, співпереживання, навіть інколи паніку та страх. Що вже казати про випуски новин? Де ще красномовніше сповістять про героїзм наших солдатів, їх незламну віру в ідею цілісності України.

Ще одним прикладом висвітлення «тотального» патріотизму є занадто афішована благодійність. Так, кожного дня наш мозок сприймає імена й прізвища постраждалих в зоні АТО солдатів, їх сімей, суми, що необхідні для потреб армії – це все також суттєво впливає на людську свідомість.

Важливим є ще той факт, що медіа «поширюють» патріотизм не лише в інформаційних програмах, присутній він і в розважальному контенті. Різні проекти, талант-шоу, типу «Голос країни», «Україна має талант», серед своїх учасників вони обов'язково мають переселенців з важкою долею, то навіть коли людина відпочиває, її мозок піддається впливу. Нині патріотизм – не лише одна з важливих людських цінностей, а й суттєвий важіль емоційного впливу на суспільство.

Науковий керівник – Е.Д. Циховська, д-р філол. наук, професор

СПІЛКУВАННЯ ЯК МЕТОД ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ В ЖУРНАЛІСТИЦІ ХХІ СТОЛІТТЯ

Проблема професійності журналістів та вибору методів пошуку і збору інформації на сьогодні стає ключовою в українських медіа. Зміни, що відбулися в українському соціумі протягом останніх кількох років зазнали ряд великих перешкод, що не давали рухатися українській журналістиці (політична цензура, тиск з боку влади, неможливість вільної її критики).

В журналістиці виділяють такі методи і способи збору інформації: метод спостереження; метод вивчення документів; метод спілкування. Дана наукова робота висвітлює останній.

Спілкування – складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією, а також у сприйнятті і розумінні співрозмовниками один одного.

Вся робота журналіста проходить в спілкуванні. Іноді можна почути думку, що журналістська діяльність здебільшого і є спілкування – думка з наукової точки зору помилкова. Спілкування і діяльність перехрещуються, але не збігаються.

Інколи дослідники називають метод спілкування в журналістиці як метод інтерв'ю. Йдеться не про інтерв'ю як жанр, а про інтерв'ю як метод збору інформації для використання в будь-якому жанрі журналістики.

Психологію спілкування можна назвати наукою і мистецтвом вдосконалення особистості. Знання цієї науки дозволяє отримати максимальну віддачу від професійної роботи журналіста.

Журналісту просто необхідно знати, які психологічні аспекти спілкування існують і як вони можуть впливати на співрозмовника.

Щоб створити один матеріал, журналіст, як правило, опитує чималу кількість людей. При цьому він повинен бути готовий до того, що деякі не захочуть піти на контакт або спробують ввести в оману. В такому випадку він вдається до специфічних методів отримання інформації.

Спілкуючись, журналіст ніколи не випускає з уваги завдання – вивести людину на різні варіанти подачі інформації, на осмислення фактів, спровокувати асоціації, змусити розговоритися.

Науковий керівник – О.І. Ескіна, канд. соц. ком., ст. викладач

ТВОРЧО-ВИРОБНИЧІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ РЕПОРТАЖНОЇ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ІНФОРМАЦІЇ

Через велику роль інформаційних ресурсів у сучасному суспільстві з'являються нові засоби масової інформації. В результаті зростають вимоги до інформаційного продукту та збільшується конкуренція. У боротьбі за місце на ринку інформації ЗМІ шукають нові засоби впливу на глядачів, аби їх рівень матеріалів був значно вищий, ніж у конкурентів.

Одним із таких засобів впливу на глядача є – відхід від стандартизації журналістики, від сухої подачі фактів. Новини стають цікавішими та емоційнішими. Зокрема, журналісти висвітлюють проблему на прикладі героїв – простих людей, показують їх емоції, розповідають їх історію. Таким чином новини стають ближчими до людей.

Ще один спосіб зацікавити глядача – винести на початок сюжету якусь деталь, яка зможе привернути увагу. До такого методу вдається нині чимало журналістів. Найчастіше такий спосіб подачі матеріалу використовують тоді, коли треба розказати глядачеві складну економічну або політичну тему. Цією деталлю на початку сюжету може бути щось незвичайне, резонансне, емоційне, те, що у більшості камер могло залишитися поза кадром, може бути акцент на самопочутті героя сюжету тощо. Треба починати з того, що не дозволить переключити канал. Наприклад, бійка в Раді, жовто-блакитна стрічка на піджаку, сльози, сміх, сенсація, тобто найголовніше і найцікавіше журналісти здебільшого виносять на перший план.

Також один із найпоширеніших способів подачі новин – це динамічна, емоційна, впевнена начитка сюжетів. Журналіст не має говорити та виглядати в кадрі мляво, оскільки так навіть сенсаційний матеріал він може зробити нудним та нецікавим. Зрештою, такий сюжет мало хто додивиться до кінця.

Також аби підвищити рейтинги, більшість телеканалів забезпечує онлайн-трансляції важливих подій, конференцій, засідань. Крім того, журналісти ведуть прямі включення – для найоперативнішого висвітлення новин. Також аби матеріал був більш насиченим, кореспондент записує стендап - повідомлення в кадрі з місця події. Мова сюжетів – максимально проста, зрозуміла і лаконічна. Вона – літературна, але наближена до розмовної. Редактори надають перевагу емоційно забарвленим словам. Наприклад, слово «побили», замінюють на «відгамселили» чи «відлущували» - у тому разі, якщо ця заміна буде доречною у контексті теми.

Отже, аби готувати конкурентоспроможні інформаційні матеріали, тележурналіст повинен миттєво мислити, уміти відокремити головне від загального, структурувати, побачити найсуттєвіше й оперативно відтворити. Успішний репортаж – це блискавичне мислення в кадрі, вміння репортера правильно телевізійно викласти інформацію.

УДК:070:329(477)(043.2)

Крупник І.М.

*Національний авіаційний університет, Київ***СПЕЦИФІКА ПАРТІЙНИХ ВИДАНЬ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Партійна преса в незалежній Україні зароджувалась і розвивалась разом з партіями-засновниками. Проте переважна більшість партійних видань виходила безпосередньо під час виборів. Партійна преса є однією зі складових частин демократичного світобачення, а роль, яку вона відіграє у процесі демократичних перетворень, зокрема становлення багатопартійної системи є набагато важливішою, ніж це може здатися на перший погляд.

Основним засобом агітації за ту чи іншу політичну силу є друковані видання. Основними завданнями політичного видання є:

- створення достатньо привабливої особистісної характеристики політика;
- просування лідера на вищій рівень;
- пристосування особистості політика до загальних уявлень про лідера;
- репрезентування нового політичного лідера;
- наявність обставин, які давали б змогу політичному діячеві опрацювати елементи авторської поведінки;
- побудова стратегії комунікативної поведінки лідера;
- активне використання зборів, парадів, перформансів;
- активне керування процесами масової комунікації, своєчасне оприлюднення статей потрібного змісту, швидкої реакції політика на певні важливі події;
- боротьба з автономними потоками комунікацій, зокрема з плітками й чутками, продумування способів залагоджування можливих скандалів.

Журналісти та редактори партійних видань України завжди надавали і надають великого значення експресії текстів у своїх виданнях, справедливо розглядаючи актуалізацію стилістичного потенціалу емоційно-експресивної лексики як один із найефективніших засобів досягнення поставлених цілей. Партійна преса може впливати на життєві реалії силою громадської думки. У демократичному правовому суспільстві громадське схвалення чи громадський осуд мають велике значення не тільки для пересічного громадянина, а передусім для представника будь-якої владної гілки, оскільки він перебуває на службі у суспільства, відчуває відповідальність перед ним і прагне в його очах завжди бути в позитивному світлі.

Отже, попри свій пропагандистський характер, партійна преса займає своє, неостаннє, місце в інформаційному суспільстві. Але саме в Україні така преса практично немає впливу на суспільну думку і зараз є найменш ефективним засобом PR.

Науковий керівник – О.І. Ескіна, канд. соц. ком., ст. викладач

ДОКУМЕНТАЛЬНІ ЖАНРИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКИ

Якщо форма існування мистецтва – окремий твір, то форма існування телебачення – програма. Будь-яка телепередача реалізує себе завжди у теперішньому часі у розрахунку на одномоментне сприйняття, іноді на конкретний день і годину. Фільм, створений для телебачення, розрахований на неодноразовий показ у ряду інших передач, але також із урахуванням усього контексту телевізійної програми, ситуації та умов її сприйняття.

Документальне кіно (неігрове) – вид кінематографа, в основі якого зйомка достовірних подій та осіб. Завдання жанрів документалістики на телебаченні полягає у навчанні («навчальні фільми»), дослідженнях (географічні, зоологічні, історичні, етнографічні тощо), пропаганді (науки, товару, технологій, релігії тощо), хроніці (тривале спостереження за подією, репортаж), публіцистика.

Нарис – жанр, який увібрав у себе властивості дослідження і розповіді. У ньому відображаються реальні події і факти з точним зазначенням місця і часу дії, реальних імен та людей. Життєвий факт – основа нарису, який в свою чергу є ядром художньої телепубліцистики та побудований суто на документальній основі (конкретність фактів, реальні герої, невігадані обставини їхніх стосунків).

Детективна тема є домінуючою в сучасній українській і зарубіжній теледокументалістиці. Журналістські розслідування є піджанром документального кіно, характеризуються планомірним і тривалим дослідженням предмета публікації (злочини, політичні скандали тощо). Робота журналіста в цьому жанрі на кшталт діяльності приватного детектива, оскільки в її основі пошук фактури, яку приховали від суспільства. Основна ціль журналістських розслідувань – необхідність становлення істинних причин певних подій, процесів, ситуацій; розкриття порочного механізму скоєних злочинів і викриття злочинців; моральне виховання аудиторії; виявлення фактів зловживання владою.

Сучасні українські (1+1, СТБ, ICTV, ІНТЕР) і зарубіжні (NBC, CNN) телеканали випускають проекти, які за стилем дещо нагадують кінодокументалістику, але в них присутні риси "інфотейнменту" (infotainment, від англ. information – інформація та entertainment – розваги, видовище) – вони використовують елементи «розважальної» подачі матеріалу, з метою зацікавлення глядача та концентрації на інформаційному змісті. Роль документалістики в кіно-та теле- просторі зростає з кожним роком. Це обумовлено по-перше, формуванням ринку документального кінематографа, по-друге, можливістю вітчизняних режисерів створювати реалістичні картини, відображаючи всі сторони життя українців. За допомогою сучасних медіа глядач орієнтується на якісне документальне кіно.

Науковий керівник – А.А. Іващук, канд. соц. ком., доцент

УДК:7.070(477)(043.2)

Миськів К.А.

*Національний авіаційний університет, Київ***ДОСВІД ПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРИ АНДЕГРАУНДУ В СУЧАСНІЙ
УКРАЇНСЬКІЙ ПЕРІОДИЦІ (НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «ШО»)**

Андеграунд – це напрям у сучасному мистецтві, якому притаманне бунтарство, відмова від загальноприйнятих цінностей та епатаж.

Єдиним успішним і довготривалим журналістським проектом на території України, що системно досліджує особливості «другої хвилі авангарду», є журнал «ШО». Його предметом висвітлення є література, музика, живопис, кіномистецтво.

Актуальність теми визначається важливістю розгляду даної культурної тематики на сторінках сучасних періодичних видань, і полягає у розгляді та медійному аналізі матеріалів журналу «ШО» за останній рік, визначенні жанрової і тематичної палітри номерів. Вивчення досвіду презентації андеграундного мистецтва в сучасних українських ЗМІ сприятиме досягненню культурного доробку сьогодення, подальшому розвитку та зростанню попиту на журналістські проекти молодіжного й естетичного формату.

Мета – підтвердити тезу про трансформацію журналістики в сучасних умовах її розвитку. Окрім традиційних питань-відповідей, авторами публікацій подаються визначні факти з життя митців, характерні оцінки їхньої творчості.

Особливість текстового наповнення журналу «ШО» – подання матеріалів для читання (фрагментів художніх творів, віршів сучасних письменників і поетів), що дає можливість поєднання інформаційно-аналітичного формату з форматом літературного альманаху. Зокрема, у 2014 році була представлена проза і поезія Ігора Іртенєва, Людмили Дяченко, Юрія Каразіна та ін.

Автори матеріалів обирають для публіцистичного дослідження теми, які відзначаються унікальністю й епатажем (Николай Гоманюк: «Открытые переломы Александра Жуковского», вересень-жовтень 2014 р.; Вікторія Наріжна «Шевченко як шкільна драма», березень-квітень 2014 р.).

Оригінальну критичну оцінку фільмам і книгам надають постійно діючі експерти: Ірина Славінська («Книжки не тільки про Майдан», січень-лютий 2015 року), Саша Пролетарський («Новые, старые, зубастые», січень-лютий 2015 року) та ін.

Аналіз різних аспектів функціонування медійного проекту «ШО» дає можливість зробити деякі узагальнення: українська журналістика початку ХХІ століття успішно презентує вітчизняне й зарубіжне андеграундне мистецтво, журналісти виробили нові прийоми подібної презентації, які сформували певну численну аудиторію читачів, започаткували власну оригінальну традицію у сучасній національній медіапрактиці

Науковий керівник – Г.І. Назаренко, канд. філол. наук, доцент

СУЧАСНИЙ СТАН PR В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Поняття зв'язки з громадськістю тісно пов'язане з такими термінами, як реклама, агітація, маркетинг.

PR – набагато ширше поняття. Мета реклами – викликати бажання придбати товар. Натомість PR діє так, що бажання купити виникає саме по собі. Для формування іміджу й підтримки репутації без доброго професійного PR не обійтися. Звісно, поганий продукт не продаси навіть з добрим PR. Цілі PR, на відміну від цілей реклами – довгострокові. Це дає компанії змогу виділитися на ринку, залучити постійних клієнтів на тривалий час, збільшує дохід. Основні цілі PR-кампанії – формування довіри різних груп громадськості до компанії, продукту чи бренду.

У рекламній кампанії все зводиться до отримання маркетингового результату (продажу) в короткі терміни. Акцент робиться на впізнаваності імені, візуального образу торгової марки. Вагоме значення в акції PR займає медіапідтримка. Це висвітлення подій з метою просування товару або послуги. Водночас, сформувався стійкий інтерес журналістів і редакторів до потоку прес-релізів, до запрошення представників ЗМІ на прес-конференції, презентації і семінари, які проводять компанії. За оцінками спеціалістів, місткість PR ринку в Україні становить \$350-400 мільйонів у рік, і в 2-3 рази перевищує ринок реклами. Особливо яскраво це спостерігається в період виборів.

В Україні не вистачає глибокого розуміння змісту, методів і прийомів діяльності фахівців з паблік рилейшнз. Невід'ємним етапом підготовки для успішного старту випускників ВУЗів – спеціалістів з маркетингу – є стажування. Навчання в університеті необхідно доповнювати практичним досвідом. «Практика в PR-агентствах і прес-службах компаній під час канікул познайомить з трудовими буднями в цій сфері і дасть зрозуміти, чи підходить вам ця професія», – говорить експерт в області Public Relations Карл-Мартін Обермайер.

Таким чином, головне, що підтримає та дасть поштовх до подальшого використання сучасних технологій усіх видів сучасного пару – це допомога з боку держави та недержавних програм з надання необхідних знань майбутнім спеціалістам, яка дасть змогу ще більше використати творчий потенціал та впровадити нові ідеї у життя.

Тож, як ми бачимо, паблік рилейшнз затребувана професія в наш час, як у світі так і в Україні. Це дає нам підстави стверджувати, що ринок вакансій потребує фахівців, а як наслідок – має можливість забезпечувати їх роботою. Створюються нові концепції та пропонуються нові шляхи підвищення ефективності PR-кампаній тощо. Адже в сучасному суспільстві PR проникає у всі сфери публічного життя.

Науковий керівник – А.А. Іващук, канд. соц. ком., доцент

УДК:17.022.1(477):004.738.5(043.2)

Пунік В.Г.

*Національний авіаційний університет, Київ***МІЖНАРОДНИЙ ІМІДЖ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ: «THE WORLD STREET JOURNAL» І «THE GUARDIAN»)**

Імідж України - це емоційно забарвлений образ України як держави та її складових: соціального, політичного, культурного та економічного аспектів в уявленні різних цільових груп на міжнародному, національному та локальному рівнях. В міжнародному конкурентному середовищі часто саме імідж визначає місце країни у світосистемі.

Україна в асоціаціях іноземців це: маловідома і непливова європейська держава, яка шукає своє місце в світі; молода демократична держава, країна помаранчевої революції, Євромайдану, пострадянська країна; політично нестабільна держава з нестабільною владою; Чорнобиль; відомі українці; проблеми з Росією, країна, що знаходиться під впливом Росії; негативний імідж, пов'язаний з високими інвестиційними ризиками, корупцією в органах влади.

Утвердження негативного сприйняття України в світі є перешкодою на шляху захисту національних інтересів, ефективної партнерської співпраці з міжнародними організаціями, отримання фінансової допомоги в умовах кризи.

Чинником негативного впливу на міжнародний імідж України виступає часта зміна законодавства, оскільки це є ознакою нестабільності законодавчої бази держави. Однією із найбільших проблем є чутки про українську мафію і корупцію, а також нелегальна міграція робочої сили із нашої держави за кордон.

Наша держава досить слабо і в основному з негативного боку представлена в світовому інформаційному потоці. Провідні світові ЗМІ, такі як «Wall Street Journal» і «The Guardian» приділяють достатньо мало своєї площі українським новинам, причому віддають перевагу повідомленням негативної спрямованості. Наприклад: «Ukraine death toll set to pass 6,000» («Кількість загиблих в Україні перевищила 6000»), «Ukraine dials back on latest attempt to halt currency free fall» («Україна здає позиції у спробі зупинити вільне падіння валюти») (Wall Street Journal, 02.03.15), «Is Ukraine the Next Yugoslavia?» («Україна – це наступна Югославія?»), «Debaltseve: life in ruins - in pictures» («Дебальцеве: життя в руїнах») (The Guardian, 28.02.15).

Для створення, зміни та поширення ефективного іміджу країни необхідно витратити 15-20 років на цілеспрямовану та скоординовану діяльність у зазначеному напрямку:

- налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;
- дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою (яка виступає основним об'єктом брендінгу), використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;
- побудувати бренд-стратегію, яка повинна включати професійну модель формування іміджу;
- створити систему, яка б пов'язувала організації та відділи, що можуть бути частиною іміджу.

Науковий керівник – О.І. Ескіна, канд. соц. ком., ст. викладач

ПРОПАГАНДА ЯК ЗАСІБ ПІДТРИМКИ ПОЛІТИКИ КЕРІВНИКІВ ДЕРЖАВ СВІТУ

Поняття «пропаганда» сьогодні стає знову актуальним. Воно відіграє важливе значення у маніпулюванні суспільством не лише у наш час, але і протягом усієї історії людства.

Пропаганда являє собою заздалегідь спланований і цілеспрямований духовний вплив на аудиторію, метою якого є залучення аудиторії на бік того, хто веде пропаганду, тобто контроль за мисленням і поведінкою. Як підсумок, пропаганда - сукупність певних структур, абстракти символів, що впливають на людське сприйняття та поведінку.

Журналістика з'явилася саме для того, щоб маніпулювати суспільством.

Кардинала Рішельє справедливо назвати першим державним діячем, що усвідомив необхідність ідеологічного впливу на громадську думку. Він прагнув зміцнити абсолютну монархію, створював ідеальну державу. А отже, його діяльність не могла піддаватися жодній критиці. Тож за його підтримки у Франції 1631 року починає виходити перше в історії преси щотижневє видання, що мало назву «La Gazette».

Адольф Гітлер вважав, що вся преса повинна бути на боці керівництва та викладати єдиний погляд. А газети різного спрямування, що висвітлюють одну і ту ж подію з різних боків, не мають права на існування. Такі явища, на його думку, призводять до занепаду держав, а іноді — й до зникнення із карти світу.

Сучасну термінологію, пов'язану з явищем пропаганди, поповнив термін «російська пропаганда». Так називають російську державну інформаційну політику, спеціальні інформаційні заходи та відповідні державні органи й установи, які під виглядом «суспільного інформування» займаються психологічною обробкою населення Російської Федерації, а також населення інших країн — насамперед, країн пострадянського російськомовного простору та російської діаспори. З явищем «російської пропаганди» у наш час пов'язане ім'я Володимира Путіна.

Постать Президента Російської Федерації порівнюють із постаттю Адольфа Гітлера. Хоч останній був ворогом СРСР – попередника РФ, Путіна приваблюють методи, якими користувався свого часу його німецький колега. Його ідеєю стала могутня держава, що сліпо поклонялася своєму керівникові. Путін вирішив створити цей міраж і в XXI сторіччі. Але він забув лише про один факт – Гітлер врешті-решт зазнав поразки. Варто сказати, що діяльність кардинала Рішельє не стала програмною для його країни. Франція – перша країна-республіка в Європі.

Науковий керівник – В. М. Васильченко, канд. філол. наук, доцент

УДК:070:347.938(043.2)

Сотнікова А.М.

*Національний авіаційний університет, Київ***ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ ЯК МЕТОД
ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ПРАЦІ**

Журналістське розслідування є одним з найбільш рейтингових жанрів в демократичних країнах, і його функціональність у демократичному суспільстві полягає в тому, що воно вистежує, аналізує, оприлюднює складні моменти та проблемні ділянки у суспільстві, провокуючи при цьому в цих ситуаціях зміни на краще.

Журналістські розслідування сприяють не лише укріпленню демократичних цінностей, але й побудові та підтримці основ громадського суспільства. Інструментарій проведення журналістських розслідувань було вироблено ще в 19 столітті, але з розвитком інформаційних технологій (зокрема, бурхливому поступу Інтернету) у розслідувальників з'явилися нові можливості не лише для пошуку інформації, але й для її презентації читачам, що збільшує довіру до матеріалів та їх привабливість для Інтернет користувачів.

Журналістське розслідування є найскладнішим, але водночас і найбільш актуальним та потрібним жанром з-поміж тих, що з'являються в різних видах засобів масової інформації.

Актуальність теми полягає в її більш детальному розгляді робіт науковців, як «Розслідувальницьку журналістику» Олександра Тертичного, «Журналістське розслідування» під редакцією Андрія Константінова, а також роботи Хьюго де Бурга, Марка Лі Хантера, Дж. Уллмена. Серед українських дослідників можна виділити дослідника Олександра Глушка який аналізував теорію та практику журналістських розслідувань.

На сьогодні більшість досліджень, присвячених журналістським розслідуванням, акцентують свою увагу на методах збору, аналізу та оприлюднення інформації в різних видах медіа, передусім, у друкованих засобах масової інформації та на телебаченні.

Дуже важливим є те, що в умовах сьогодення українське журналістське розслідування часто провокує негативні зміни в ситуаціях, які змальовує, а часом – цілі системи зловживань, які паразитують на розслідуваннях. Одна з небезпек – використання здобутої журналістом інформації посадовими органами та спецслужбами в цілях подальшого зловживання.

Важливо зазначити, що багато матеріалів з розслідування закінчуються побиттям людей, які давали інтерв'ю і боролися проти системи, а також погрозами на їхню адресу. У кращому випадку такі погрози закінчувалися втечами людей з країни та їхніми покинутими сім'ями. У гіршому – втратою здоров'я після побиття.

Ще все дає підстави журналістам, які проводять розслідування, бути надзвичайно уважними та бездоганними у своїй роботі, щоб не нашкодити ситуаціям та особам, про яких вони готують матеріал.

Науковий керівник – О.І. Ескіна, канд. соц. ком., ст. викладач

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЖІНКИ-ПОЛІТИКА НА СТОРІНКАХ УКРАЇНСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Поняття «політичного іміджу» визначається як цілеспрямований і пропагандований образ кандидата, політичної партії чи руху, що в цілому представляє собою феномен масової свідомості. Наразі актуально розглянути формування іміджу жінок-політиків, так як останні все активніше беруть участь у творенні політичного простору країни. Зрозуміло, що вдало сформований образ жінки-політика – це системна робота професіоналів соціології, психології, політології, менеджменту, але вагому роль має й висвітлення даної політичної фігури у контексті журналістських публікацій.

Перевагою жінок-лідерів є розсудливість, вміння спрогнозувати перспективу, гуманізм, пріоритетне надання мирного рішення конфліктів, соціально-орієнтовані політичні програми.

Розділивши видання журнального типу на умовні тематичні групи маємо видання за фінансово-політичним та соціально-побутовим направленням. Перші висвітлюють жінок-політиків у ракурсі:

- політичний діяч, який реально має вплив на політику країни;
- кар'єрні здобутки, досвід у прийнятті рішень;
- перспектива саморозвитку;
- фінансовий капітал;
- стратегія;

Преса, яка займається іміджем жінок-лідерів з соціального погляду, має можливість висвітлити політичного актора, близьким до його електорату. Так, головними завданнями є:

- особисте життя жінки-політика у розрізі «чоловік-діти»;
- секрет успіху: протагоністична боротьба на шляху до успіхів у кар'єрі;
- особисті вподобання: хобі, захоплення, спорт, секрети краси та стилю

Направлена робота журналістів, попри усі згуртовані старання іміджмейкерів, здатна вплинути як з негативної, так і з позитивної сторін на образ політичного актора. Важливим є які саме факти з життя жінки-політика потраплять під перо автора. Та все ж, не зважаючи на уповільнений процес гендерної оптимізації у провладній верхівці України, кількість жінок, які беруться рятувати країну поміряно збільшується.

Науковий керівник – Е.Д. Циховська, д-р філол. наук, професор