

**ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ СУЧАСНИХ
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

УДК 341.482

Деньга В.А.*Національний авіаційний університет, Київ***ПРОБЛЕМА ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ЕВТАНАЗІЇ**

Питання щодо можливості застосування евтаназії залишається спірним і невизначеним. Противники евтаназії стверджують, що життя – найвище благо (ст.27 Конституції України). Евтаназія суперечить медичній етиці та християнському вченню. Її легалізація може спровокувати зловживання родичами невиліковно хворого своїми правами з метою збагачення. Формальний дозвіл евтаназії може сприяти недобросовісності в наданні медичної допомоги, особливо небезпечна можливість лікарської помилки. Прихильники евтаназії вказують, що оскільки людина має право на життя, то вона повинна мати право розпоряджатись ним.

У більшості держав світу евтаназія не передбачена законом або заборонена ним. Перший у світі закон «Про право людини на смерть» прийнято у 1977 році в штаті Каліфорнія (США). Евтаназія дозволена в штаті Орегон, не переслідується і не карається за законодавством штатів Північної Кароліни, Юти та Вайомінгу. На території штату Індіана діє так званий прижиттєвий заповіт, в якому пацієнт офіційно підтверджує свою волю про те, щоб його життя не продовжувалось штучним шляхом за певних обставин. Ухвалено закон стосовно легалізації евтаназії в Нідерландах, Бельгії та Люксембурзі. У Швеції, Фінляндії і Швейцарії пасивна евтаназія шляхом «припинення безкорисливої підтримки життя» не вважається протизаконною. В Колумбії дозволяється здійснювати за окремих обставин пасивну евтаназію.

На сьогодні евтаназія в Україні заборонена законом (ст.52 Основ законодавства України про охорону здоров'я). У ст. 1 Закону України «Про захист тварин від жорстокого поводження» вказується: «Евтаназія – гуманні методи умертвіння тварин, що виключають їх передсмертні страждання». Складним є питання про евтаназію по відношенню до тварин, оскільки вони не можуть виявити згоду чи незгоду, тому такий вид евтаназії суперечить засадам гуманності.

У законодавстві України відсутнє визначення евтаназії. Якщо здійснення пасивної евтаназії в деяких випадках не суперечить українському законодавству, то здійснення активної – дозволено тільки щодо тварин. На нашу думку, слід допустити можливість застосування евтаназії за умови застосування даної процедури тільки до осіб, які є невиліковно хворими на останній стадії хвороби, за умов перебування невиліковно хворого при свідомості, усвідомлення свого діагнозу та можливих результатів свого лікування, а також, якщо рішення про евтаназію прийнято самостійно. Заборона евтаназії, на наш погляд, не співвідноситься певною мірою зі змістом ст. 28 Конституції України, в якій, зокрема, зазначено, що ніхто не може підданий катуванню, жорстокому, нелюдському або такому, що принижує його гідність, поводженню чи покаранню. В той же час запровадження евтаназії в Україні є на сьогодні передчасним, враховуючи рівень корупції та правової культури громадян.

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

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУТУ ВІДШКОДУВАННЯ
МОРАЛЬНОЇ (НЕМАЙНОВОЇ) ШКОДИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ
МІЖНАРОДНИХ ПОВІТРЯНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ**

Інститут моральної (немайнової) шкоди сьогодні посідає чільне місце у правових системах багатьох держав світу. Цей інститут виконує дуже важливі функції по захисту порушених прав і свобод людини і громадянина. Останніми роками істотно зростає кількість випадків відшкодування моральної шкоди в сфері міжнародного приватного права, особливо це стосується питань по відшкодуванню моральної шкоди при міжнародних пасажирських авіаперевезеннях. На думку багатьох вчених, інститут відшкодування моральної шкоди при здійсненні міжнародних пасажирських перевезень є одним з найбільш дискусійних у сучасному міжнародному приватному праві. Актуальність теми ще більш зумовлюється відсутністю міжнародного договору, нормативно-правового документу, який містив би чітке визначення поняття «моральна шкода» та врегульовував би порядок визначення умов відповідальності та компенсації моральної шкоди. Особливо це стосується моральної шкоди, завданої при здійсненні міжнародних пасажирських авіаперевезень, оскільки основними нормами, що регулюють цей інститут, є норми національних законодавств, які, у свою чергу, є дуже різними.

У науці існують кардинально протилежні точки зору на проблему відшкодування моральної шкоди, заподіяної в процесі міжнародного повітряного перевезення. Одні юристи стоять на позиції визнання за заподіяною в результаті авіаційної події шкодою як фізичних, так і моральних наслідків. Інша позиція полягає в тому, що незалежно від того, чи пов'язана моральна шкода з витратами, необхідними на усунення її наслідків, авіаперевізник зобов'язаний відшкодувати таку шкоду, якщо вона завдана під час здійснення міжнародного перевезення.

Національні законодавства як держав континентального права, так і загального права містять різні правові норми з визначення умов відповідальності і відшкодування моральної шкоди, що може створювати проблеми при поданні позову про відшкодування шкоди. Однак ст. 33 Монреальської конвенції надає позивачеві вибір для подання позову про відповідальність: до суду однієї з держав-сторін або до суду за місцем знаходження перевізника, або за місцем його основної діяльності, або за місцем, де знаходиться комерційне підприємство, через яке був укладений договір, або до суду місця призначення перевезення. Це дозволяє подати позов до суду держави, в якій виплачується найбільший розмір компенсації.

Науковий керівник – Горян Е.В., канд. юрид. наук, доцент

**ПРАВО НЕСПРОМОЖНОСТІ В УКРАЇНІ ТА США:
ПОРІВНЯЛЬНО-ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ**

Неспроможність є одним із інститутів цивільного та торговельного права, у регулюванні якого в усіх країнах саме законодавчі органи відіграли значну роль.

Відносини неспроможності як у США, так і в Україні регулюють спеціальні закони – Кодекс США про банкрутство 1978 р. та Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» 1999 р. В основі законодавства про банкрутство США лежить реорганізаційна ідея, що надає боржнику, котрий потрапив у скрутне фінансове становище, можливість звільнитися від боргів і почати все спочатку. В Україні ж практика застосування законодавства свідчить про панування ідеї припинення діяльності банкрута і продажу його майна для задоволення вимог кредиторів, нехтуючи передбаченими законодавством процедурами відновлення платоспроможності боржника, що свідчить про проблему корумпованості суспільства та судової влади.

В правових системах обох країн визначається центральний державний орган з питань неспроможності: Департамент нотаріату, банкрутства та функціонування центрального засвідчувального органу (в структурі Міністерства юстиції України), а в США – Комісія по біржах і цінних паперах уряду США.

Судочинство у справах неспроможності в США здійснюють спеціалізовані суди, що входять до складу федеральних окружних судів США, а в Україні – це господарські суди, які є однією із ланок судів загальної юрисдикції.

В Україні поступово здійснюється посилення державного контролю за діяльністю арбітражних керуючих, що впливає з законодавчих новел про порядок їх підготовки та підвищення кваліфікації. На нашу думку, вартою уваги законодавця є досвід США щодо поєднання нагляду за діяльністю федеральних керуючих з боку Генерального прокурора США та суду, що є дієвим механізмом запобігання можливих корупційних дій у справах про неспроможність.

Основними обов'язками арбітражного керуючого в Україні є здійснення усіх можливих заходів щодо захисту майна боржника та аналіз фінансової, господарської та інвестиційної діяльності боржника, його становища на ринках. А головною метою діяльності федеральних керуючих США – контроль за законністю процесу ліквідації або реорганізації.

Застосування «проборжничкової» концепції в законодавстві України замість існуючої «прокредиторської» допомогло б національним суб'єктам підприємницької діяльності продовжувати свою діяльність після реорганізації, забезпечуючи робочі місця та виробляючи продукцію. Це позитивно вплинуло б на економічні показники держави (рівень зайнятості, зростання ВВП тощо).

Науковий керівник – Горян Е.В., канд. юрид. наук, доцент

**ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ
НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ**

На сучасному етапі розвитку міжнародних відносин значну роль відіграє імідж держави як складова її успішності і визнання серед внутрішньої громадськості та на міжнародній арені. Позитивний імідж держави служить підтримкою авторитету країни у реалізації її зовнішньої політики, просуванні її національних інтересів.

15 жовтня 2003 р. було затверджено Державну програму забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003 – 2006 роки. Мета реалізації Програми передбачала виконання низки завдань, серед яких: сприяння розвитку єдиного інформаційного простору в Україні, забезпечення його відкритості; забезпечення всебічної інтеграції України у європейський та євроатлантичний простір, у тому числі шляхом поглиблення транскордонного інформаційного співробітництва з новоприйнятими членами Європейського Союзу; поширення інформації про здобутки української культури, цінності нашого народу; забезпечення співпраці з світовими та регіональними міжнародними організаціями. Координацію та контроль за виконанням програми здійснювало Міністерство закордонних справ України.

Наступною сторінкою в історії формування позитивного іміджу нашої держави в світі стало створення проекту Концепції Державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2008-2011 роки, перший варіант якої було опрацьовано МЗС України ще у 2006 р., а у 2007 р. розробку та реалізацію самої програми урядовим розпорядженням було покладено на непрофільну організацію – МОН України, яке виявилось неспроможним виконати зазначене доручення.

Слід зазначити, що проблеми, з якими стикалася Україна в процесі формування позитивного іміджу, залишились майже незмінними з моменту їх викладення у попередній Програмі, але нова Концепція пропонує аналіз причин їхнього виникнення та нові методи вирішення цих проблем.

Аналіз досвіду роботи з позиціонування України на міжнародній арені вказує на те, що сьогодні невідкладними завданнями нашої держави є: визначення єдиної компетентної структури, відповідальної за здійснення цього роду діяльності на державному рівні, а також профільних та відомчих структур, що втілюватимуть необхідні інформаційні програми; визначити незалежні організації, що здійснюватимуть моніторинг ефективності зазначених програм всередині країни та за кордоном і надаватимуть свої висновки й рекомендації координаційному центрові; впровадження постійно діючих каналів промо-діяльності України за кордоном і забезпечення фінансування цієї діяльності.

Науковий керівник – Мазур В.І., доцент

УДК 343.537:004.56 (043.2)

Куньо А.М.

*Національний авіаційний університет, Київ***ПРОБЛЕМИ КІБЕРЗЛОЧИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ
В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

Інформаційна епоха, в яку вступає сучасне людство несе з собою значні переваги для окремої особистості та соціальних груп. Всесвітня мережа Інтернет ілюструє яскравий приклад інноваційних процесів у розвитку інформаційного світу. Поряд з тим будь-яке явище має і негативний вплив або характер, зокрема, такий прогресивний винахід як Інтернет містить у собі ряд небезпек, а саме нову особливу форму злочинності – «кіберзлочинність».

Поняття «комп'ютерна злочинність» вперше з'явилося в американській літературі на початку 60-х років минулого століття. Кіберзлочинність – це термін, який охоплює комп'ютерну злочинність (де комп'ютер – предмет злочину, а інформаційна безпека – об'єкт злочину) та інші зазіхання, де комп'ютер є знаряддям або способом злочину проти власності, авторських прав, громадської безпеки, моралі. Кіберзлочинність – це передбачене законом суспільно-небезпечне діяння, вчинене суб'єктом злочину і несе за собою кримінальну відповідальність.

Одним з основних міжнародних нормативно-правових документів, що регулює суспільні відносини у сфері боротьби з кіберзлочинністю, є Конвенція Ради Європи "Про кіберзлочинність" від 23 листопада 2001 року.

Відповідно до цієї Конвенції комп'ютерні правопорушення класифіковані на певні групи. Перша група передбачає кримінальну відповідальність за вчинення правопорушень проти конфіденційності, цілісності та доступності комп'ютерних даних і систем, а саме: незаконний доступ; нелегальне перехоплення; втручання у дані; втручання у систему; зловживання пристроями. Друга група передбачає відповідальність за правопорушення, пов'язані з комп'ютерами, а саме: підробка, пов'язана з комп'ютерами; шахрайство, пов'язане з комп'ютерами. Третя група - правопорушення, пов'язані зі змістом інформації, а саме правопорушення, пов'язані з дитячою порнографією: вироблення дитячої порнографії з метою її розповсюдження за допомогою комп'ютерних систем. Четверта група включає правопорушення, пов'язані з порушенням авторських та суміжних прав.

Зокрема, діяльність таких міжнародних інституцій, як Інтерпол та Європол, на думку автора, є одним з ефективних засобів протидії кіберзлочинності на міжнародному рівні.

Таким чином, проблема кіберзлочинності сьогодні стає глобальною проблемою на міжнародній арені. З таким явищем необхідно боротися як на міжнародному рівні (що вже здійснюється такими міжнародними інституціями, як Інтерпол та Європол), так і окремо в кожній державі шляхом оновлення законодавчої бази у кримінальній сфері, створенням норм, які регулюють питання злочинності у кіберпросторі.

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

ЗАСТОСУВАННЯ ШТРИХОВОГО КОДУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Штрих-код – це послідовність штрихів і проміжків певного розміру, за допомогою яких кодуються цифри, букви та інші символи. Закодовану в штрих-коді інформацію можна автоматично читати за допомогою скануючого пристрою. Існує два типи штрих-кодів – лінійні та двомірні:

- лінійний штрих-код – це так званий ключ до отримання інформації, що зберігається в базі даних комп'ютера та використовується для пошуку цієї інформації. Найбільш розповсюджені лінійні символи: EAN, UPC, Code39, Code128, Codabar, Interleaved 2 of 5.

- двомірний код (2D) – це символіка, розроблена для кодування великого об'єму інформації, яка зчитується за допомогою спеціального сканера двомірних кодів. Розшифровка такого коду проводиться у двох вимірюваннях — по горизонталі та по вертикалі. Двомірні коди підрозділяються на багаторівневі (stacked) і матричні (matrix). Багаторівневі штрих-коди являють собою поставлені один на одного кілька звичайних лінійних кодів. Матричні ж коди більш щільно упаковують інформаційні елементи по вертикалі. Двомірні символи: DataMatrix, QR, Aztec, Microsoft Tag, MaxiCode, PDF417. Двомірний код може бути нанесений безліччю способів – струменевим друком, гравіюванням, лазером, електролітичними способами і т.д. Залежно від методу нанесення, код може залишатися на елементі протягом усього його циклу використання.

QR-коди використовуються як для комерційних систем обліку, так і для швидкої доставки інформації користувачам мобільних телефонів. QR коди можуть зберігати контактну інформацію, текст, телефонні номери, адреси e-mail і гіпертекстові посилання. Ємність QR-коду вміщує 7089 символів, при використанні цифр та латинських літер - 4296 символів.

Штрих-код DataMatrix на 30-60% менше за площею, ніж QR, що містить ідентичні дані. Особливості DataMatrix коду: велика інформаційна ємність (більше 2000 букв або 3000 цифр), висока швидкість розпізнавання і декодування, низькі вимоги до якості поверхні, на яку наноситься мітка.

AztecCode - двовимірний матричний штрих-код. Завдяки навігаційним маркерам код не залежить від просторової орієнтації, розпізнається при будь-якому куті повороту і навіть при дзеркальному відображенні малюнка. Особливістю AztecCode є радіальне розташування шарів інформації, що дозволяє збільшувати обсяг інформації. Штрих-коди даного типу широко використовуються у авіаційній та залізничній галузях.

Основними перевагами використання штрих-кодів є економія часу та автоматизоване зчитування відповіді, яке дозволяє уникнути помилки при введенні даних, що є невід'ємною частиною ведення сучасного бізнесу.

Науковий керівник – Мазур В.І., доцент

УДК 343.3/7:004(043.2)

Негрей А.О.

*Національний авіаційний університет, Київ***МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ БОРОТЬБИ З КІБЕРТЕРОРИЗМОМ**

Швидкі темпи розвитку новітніх технологій, глобалізація економіки, інформатизація важливих сфер діяльності суспільства призвели до необхідності створення дієвих механізмів забезпечення інформаційної безпеки. Гостру загрозу становить інформаційний тероризм (або кібертероризм), який виступає засобом втручання у внутрішні справи держав та приватне життя осіб, породжує міжнародні конфлікти та порушує правопорядок.

Термін «кібертероризм» був розроблений наприкінці ХХ століття співробітником Інституту безпеки та розвідки США Беррі Колліном для визначення терористичних дій у віртуальному просторі. Проте ряд факторів, серед яких недостатня вивченість кримінологічної характеристики таких діянь, труднощі під час визначення специфіки даної конкретної форми, а також схожість складу злочину з іншими видами кримінальних правопорушень, пов'язаних з використанням комп'ютерної техніки та інформації, призвели до диференціації думок щодо єдиного визначення поняття. В даній роботі під кібертероризмом розуміються несанкціоновані дії, включаючи захоплення, виведення з ладу й руйнування електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), автоматизованих систем, комп'ютерних мереж чи мереж електров'язку, що вчинені особою чи групою осіб та створюють загрозу виникнення надзвичайної ситуації в телекомунікаційних мережах, заподіяння майнової шкоди чи настання інших суспільно небезпечних наслідків, спрямованих на порушення громадської безпеки, залякування населення, провокацію військового конфлікту, ускладнення міжнародних відносин, здійснення впливу на органи влади або привернення уваги громадськості до певних політичних, релігійних чи інших організацій.

З метою протидії даному явищу та налагодження швидкого і ефективно функціонуючого міжнародного співробітництва 23 листопада 2001 р. було ухвалено проект Конвенції Ради Європи «Про кіберзлочинність», яка набрала чинності 1 липня 2004 р. та була ратифікована Україною 7 вересня 2005 р. На основі Конвенції правоохоронні органи держав, що її ратифікували, отримують ширші повноваження у боротьбі зі злочинами у інформаційній сфері, підтверджується принцип взаємодопомоги під час розслідування кримінальних правопорушень, а також презюмується кримінальна відповідальність за кіберзлочини відповідно до внутрішнього законодавства кожної Сторони. Проте самостійна кримінальна відповідальність за кібертероризм встановлена лише у США та Грузії, що безперечно не дозволяє Україні та іншим країнам в повній мірі застосовувати санкції, враховуючи серйозний характер даного діяння, яке наносить істотну шкоду особі, суспільству та державі.

В Україні функціонує Управління боротьби з кіберзлочинністю при МВС України, але не існує законодавчого закріплення поняття кібертероризм та боротьби з ним. У зв'язку з цим пропонується ухвалити спеціальний закон в Україні про боротьбу з кібертероризмом та встановити самостійну кримінальну відповідальність за кібертероризм в Кримінальному кодексі України.

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

ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ПОДОЛАННЯ МОНОПОЛІЗМУ ДОЛАРА В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ РОЗРАХУНКІВ І МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРАВА

Сходження долара на трон у якості світової валюти дозволяє США у необхідному обсязі емітувати долар, який приймають всі країни, що означає — скидання надлишку грошей за межі держави і позбавлення від своїх економічних труднощів. Проблему складає те, що за долар ніхто не відповідає. У 1971 році президентом США Ніксоном була відмінена прив'язка долара до золота, в цьому ж році конгрес США прийняв рішення про зняття відповідальності Сполучених Штатів за, здавалося б, свою національну валюту. Але долар дійсно не належить уряду США. Ці гроші друкує Федеральна Резервна Система (далі - ФРС), яка є приватною установою, оскільки уряд США ніколи не мав жодної акції ФРС.

Фактично в руках цієї приватної компанії знаходиться монополія над друкарським верстаком, а отже банкіри мають у своїх руках і всю грошову масу, і здатні обвалити або підняти ціну на будь-який товар у будь-якій країні. У міжнародному праві не має норм, які б контролювали діяльність приватних фінансових банків, такий контроль здійснюється виключно на національному рівні. В США діє закон «про ФРС» від 21 грудня 1913 р., у главі 30 якого закріплено положення: «Право вносити зміни, модифікувати або скасувати даний закон збережено за конгресом США». Ці слова означають, що конгрес може в будь-який час внести пропозицію про скасування ФРС, або викупити акції та зробити її частиною міністерства фінансів. Проте, уряд ніколи не вдавався до таких заходів.

На практиці саме існування ФРС суперечить Конституції США в положеннях якої закріплено, що право випускати гроші в обіг належить виключно уряду Сполучених Штатів та американському народу. По суті, найбільша банківська система світу – ФРС, взагалі не має ніякого контролю, ані на національному, ані на міжнародному рівнях. І виходить, долар - зелений, нічим не забезпечений папірець, контролює всі країни. За ним немає ні золота, ні землі, ні цінностей і він контролює світ.

Вище викладене є по суті, констатуванням проблеми, яка стоїть перед більшістю країн. Але вирішення цієї проблеми може бути досягнуто за умови використання правових норм та принципів міжнародного економічного права. На практиці проблема реформування системи міжнародних розрахунків не може бути реалізована без урахування принципів міжнародного економічного права. При цьому, необхідно враховувати принципи суверенної рівності держав, забезпечення їх національних інтересів, зокрема – економічних.

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

УДК 621.397:316.776(043.2)

Прищеп Л.А.

*Національний авіаційний університет, Київ***ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ГРОМАДСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ В УКРАЇНІ**

Системним засобом забезпечення свободи слова в країні є громадське (суспільне) телебачення, яке покликане слугувати народу шляхом об'єктивного та неупередженого інформування громадян про події, що відбуваються в Україні та за її межами, створення високоякісних, суспільно значущих просвітницьких програм, документальних фільмів та серіалів, демонстрації кращої зарубіжної телепродукції

На сьогоднішній день ведуться багато дискусій щодо громадського телебачення в Україні. Чи уряд зробив зусилля, задля створення максимально сприятливих умов для подальшого розвитку громадського телебачення, чи суспільного телебачення в Україні немає взагалі? В даній роботі, ми розглянемо динаміку розвитку громадського телебачення в Україні.

Закон про суспільно-правове мовлення в Україні ухвалено у 1997, але він досі не був введений у дію. Дискусії про утворення суспільного мовлення пошвавилися у 2005. У Верховній Раді України відбулися парламентські слухання «Перспективи створення громадського телерадіомовлення в Україні». Концептуально урядовий підхід полягав у тому, що громадське телебачення мало бути державним, національним за духом, ідеями та цінностями, народним, і, нарешті, суспільним за системою управління механізмом впливу суспільства. Проте Верховна Рада цей законопроект відкинула. У 2009 р. був зареєстрований проект нової редакції Закону «Про систему суспільного мовлення України». Законопроект був знову ж таки відхилений парламентом того ж року. В 2010 р. до цього питання повернувся Президент Віктор Янукович. Уряд направив в адміністрацію Глави Держави перший проект закону про створення громадського телебачення, але в кінці 2011 року його повернули на доопрацювання. 1 січня 2013 року мав бути прийнятий законопроект «Про Громадське телебачення і радіомовлення», розроблений Держкомітетом з питань телебачення і радіомовлення, проте цей законопроект був відкладений на потім.

Сьогоднішні реалії нам показують, що ми спострігаємо динаміку законотворчого процесу, а не упроваджених у дію рішень щодо створення громадського телебачення. Екс-глава моніторингового комітету Парламентської Асамблеї Ради Європи Ганне Северінсен вважає, що створення в Україні громадського телебачення й радіомовлення під загрозою: «За всі ці роки його так і не було створено. Існує небезпека, що, зрештою, все буде зроблено у традиційний для України спосіб: просто змінити вивіску на Державній телерадіокомпанії».

Підсумовуючи сказане вище, можна констатувати, що в Україні нині відсутні основні передумови для стабільного й ефективного функціонування суспільного мовлення: плюралізм ЗМІ; правове регулювання діяльності громадських ЗМІ; економічна незалежність органів суспільного мовлення.

Науковий керівник – Мазур В.І., доцент

ПРОБЛЕМИ ПРОТИДІЇ МОРСЬКОМУ ПІРАТСТВУ

Перші згадки про піратські напади на морські судна з'явилися ще в III ст. до н.е. і, будучи найдавнішим злочином міжнародного характеру, піратство продовжує бути серйозною загрозою для всього міжнародного співтовариства й досі. Л.А. Моджорян, зокрема, справедливо звертає увагу на те, що основною небезпечною тероризму на морі є не лише те, що він загрожує безпеці морського судноплавства, але й те, що він зачіпає загальновизнаний принцип свободи відкритого моря.

Питання боротьби з піратством стає все більш актуальним для України. Ніна Карпачова (Уповноважений Верховної Ради України з прав людини з 1998 по 2012 р.) у спеціальній доповіді про стан захисту прав моряків в Україні зазначила, що наша держава – друга (після Філіппін) за кількістю жертв піратських нападів. Українські громадяни неодноразово потрапляли у полон в Аравійському морі та Гвінейській затоці, перебуваючи переважно у складі екіпажу іноземних суден. Тому Україна бере активну участь в операціях ЄС та НАТО, спрямованих на боротьбу з піратством («Атланта» та «Океанський щит»). Але варто зауважити, що все ще існує проблема ефективності подібних операцій, які носять локальний і тимчасовий характер.

Серед головних міжнародних документів, які стосуються піратства можна виділити Конвенцію ООН про відкрите море 1958 р., Міжнародну конвенцію з охорони людського життя на морі 1974 р., Конвенцію ООН з морського права 1982 р., Конвенцію про боротьбу з незаконними актами, спрямованими проти безпеки морського судноплавства 1988 р. Однак варто зауважити, що вищезазначені документи містять лише загальні положення і недостатньо регламентують конкретні заходи боротьби з цим явищем. Визначення поняття піратства в зазначених конвенціях є дещо застарілим. Доцільно зазначити, що в жовтні 2010 року Президент України представив на розгляд ООН Проект всеохоплюючої конвенції про боротьбу з актами піратства на морі, який передбачає регламентацію відповідних заходів на національному та міжнародному рівнях та створення спеціального суду у справах про морське піратство.

Міжнародна морська організація має широке коло завдань, серед яких є і прийняття норм та стандартів із забезпечення безпеки на морі, але, на нашу думку, існує потреба створення окремого комітету з боротьби з піратством, який би співпрацював з спеціальними національними центрами. Це б забезпечило більш оперативну координацію реагування на піратські напади та усунуло проблему юрисдикції національних органів. Створення відповідних органів лише у поєднанні з допомогою міжнародного співтовариства у подоланні бідності та реформуванні державного апарату країн, що розвиваються, дало б справді відчутний результат.

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

УДК 32.019.51

Ткаченко В.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СПОСІБ МАНІПУЛЯЦІЇ
СВІДОМІСТЮ СУСПІЛЬСТВА**

Актуальність теми полягає в тому, що проблема маніпуляції носить «наскрізний» характер, пов'язаний з її актуалізацією в просторі (на всіх рівнях соціальної взаємодії) і в часі (на всіх етапах історичного розвитку людства). Метою даного дослідження є визначення соціальних підстав і сутнісних характеристик маніпуляції, розгляд взаємодії інструментів та технології маніпуляції. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань: осмислити специфіку поняття «маніпуляція»; обґрунтувати зв'язок маніпуляції і влади-знання (функції); проаналізувати механізми реалізації маніпуляції в суспільстві. Об'єктом дослідження виступає феномен маніпуляції суспільною свідомістю; предметом дослідження є соціальна сутність маніпуляції, її історичні форми і трансформація.

У постіндустріальному суспільстві ЗМК набувають визначальної ролі в управлінні суспільством: саме вони є безпосередніми носіями та розповсюджувачами знання і значимої інформації. Масові комунікації стали невід'ємною складовою сучасного суспільства, яке використовує спеціальні засоби інформаційного обміну для встановлення та підтримки постійних зв'язків як на рівні індивідів, так і суспільства в цілому. Сучасний світ, тобто уявлення про нього, яке значною мірою формують засоби масової комунікації у відверто маніпулятивній формі, показано у викривлених, часто не відповідаючих дійсності, образах. У зв'язку з цим виникають неоднозначні питання: наскільки вільною є особа, що знаходиться під постійним тиском ЗМК? Як прихований вплив ЗМК діє на свободу вибору й самовизначення людини? Чи обмежують свободу маніпулятивні технології?

Питання про те, чи дійсно ЗМК мають такі необмежені можливості впливу на свідомість людей, залишається відкритим і зараз. Адже, якщо направити діяльність системи ЗМК в правильному, корисному для кожної людини, руслі, то можна побудувати справді високорозвинуте, демократичне, національно свідоме суспільство.

Маніпуляція є одним із способів соціального управління свідомістю людей. Маніпуляція включається в нормативну регуляцію, трансформує ціннісні компоненти й створює смислові горизонти для соціально-адаптованої поведінки. Маніпулятивна складова нормативної регуляції сприяє інтернаціоналізації поведінкових стереотипів таким чином, що вони набувають якостей звичок, але з іншої сторони спонукає робити те, що необхідно для суспільства і збереження його власної ідентичності, підтримує причетність людини соціальному світу. Тож для того, щоб знати в якій галузі соціальних відносин намагаються нав'язати чужу волю, треба навчитися розуміти маніпуляцію і ефективно протистояти їй.

Науковий керівник – Чмельов В.О., канд. техн. наук, доцент

ФАНДРЕЙЗИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ГРОМАДСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Телевізійна індустрія за останні півстоліття по праву зберігає статус найбільш прибуткового сектора медіа економіки. У сьогоднішньому телемовленні присутній весь спектр програм, які працюють на зниження інтелектуального рівня поколінь. Комерційні телеканали заради виживання в умовах конкуренції сповідують задоволення сьогохвилинних потреб глядачів – гумору, шоу, а частіше скандалів та суцільного негативізму. Саме тому надзвичайно вчасно і правильно було б фактично реалізувати проект створення громадського мовлення в Україні.

На даний момент галузь громадського телебачення розвинута майже у 40 країнах світу. Існує достатня кількість форм фінансування громадського мовлення: абонентська плата, урядові (державні) субсидії, прибутки від реклами, фінансова підтримка спонсорами, продаж додаткових послуг. Але при цьому дотримується теза, викладена в законі ЮНЕСКО 1998 р. про громадське мовлення: «Громадське мовлення – це мовлення, призначене для громади, профінансоване громадою, проконтрольоване громадою».

Взагалі концепція громадського телебачення в залежності від національної специфіки може існувати в різних формах: від «чистого» громадського мовлення, яке діє в умовах конкуренції з комерційними каналами (BBC в Великобританії, частково Yleisradio в Фінляндії) до громадсько-державного (France Television у Франції) чи публічно-правового (ARD и ZDF у Німеччині). А в громадському телебаченні США (PBS) взагалі комбінуються такі форми субсидій, як дотації владних структур штатів, федеральні субсидії, субсидії влади на місцях.

Усі вони слідуєть лозунгу, висловленому першим генеральним директором BBC лордом Рейтом: «Inform, educate and entertain». Радую той факт, що ідея ГТБ в Україні отримала новий виток у розвитку. Проте питання фінансування залишається нагальним й досі. Навряд чи варто екстраполювати фінансування каналів ГТБ з державного бюджету чи вести комерційну діяльність.

Однак існує досить розумний варіант так званої соціальної відповідальності комерційних телеканалів. Сьогодні об'єм телевізійного рекламного ринку оцінюється експертами в 3-3,5 млрд гривень. Десять відсотків від цієї суми (близько 300 млн грн.) можуть відраховуватись до фонду новоствореного телеканалу, що і буде, в свою чергу, головною гарантією стабільного фінансування та створення якісного громадського мовлення в Україні з дитячими, аналітичними, освітніми, історичними, науковими та розважальними програмами. Тому головним залишається усвідомити те, що громадське мовлення в сучасному світі є невід'ємною умовою і ознакою прогресу та демократії, за яку ми так ревно боремося.

Науковий керівник – Мазур В.І., доцент

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОСТІ

УДК 339.727.244(043.2)

Котлярова К.І.

Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, Київ

ВИКОРИСТАННЯ ОФШОРІВ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ

Вперше українські бізнесмени дістали можливість відкривати офшорні компанії в 1991 році. В квітні того року швейцарська компанія RiggsWalmetGroup оголосила про те, що виходить на український ринок з пропозицією про організацію компаній. Пропонувалася не тільки допомога в створенні безподаткових компаній, але й підтримка їх діяльності – щорічні внески до бюджету країни базування, забезпечення секретарських послуг з обробки нерегулярної пошти, організація щорічних зборів акціонерів, складання балансів і т. п. За міжнародними мірками, вартість послуг була досить висока: \$4800 за реєстрацію і \$1100 щорічно за підтримку.

Способи, завдяки яким офшори «рухають капіталами» є досить простими. Але для нашої країни ці механізми є достатньо новими та вимагають детальнішого вивчення з урахуванням національних особливостей. Завдяки офшорному бізнесу в Україну надходить близько 80% інвестицій. Через цілу систему договорів, кредитів, дочірніх та спільних підприємств тощо іноземні інвестиції надходять у вигляді наданих технологій, товарних знаків, обладнання, фінансової допомоги. Такі інвестиції часто використовуються для штучного збільшення собівартості продукції та інших махінацій. Таким чином формується потужний національний «сірий бізнес». Зарубіжні офшорні компанії використовуються в процесі поточного і довгострокового фінансування українських проектів з-за кордону.

Офшорний бізнес дозволяє уникнути надмірного контролю за діяльністю підприємства у зовнішньоекономічній площині, значного зменшення державного податкового тиску. На сьогоднішній день Україна співпрацює з 36 офшорними зонами (всього в світі нараховується більше 40 податкових гаваней). Завдяки схемам, підкріпленням законодавчо, ми можемо лише спостерігати осідання національних коштів в офшорах, які часто є філіями національних компаній.

Використання офшорів – це не стільки спосіб уникнути оподаткування, скільки спосіб вивести свої капітали в стабільні, на відміну від України юрисдикції, приховати свою власність і захистити гроші при їх інвестуванні в Україні. Незважаючи на те, що офшорні території розкидані по всьому світу, їх суть зводиться фактично до того, що виведений туди бізнес є захищеним від українського законодавства, рейдерства та влади, а податкові витрати зведені до мінімуму. Перелив коштів за кордон є вимушеним та необхідним кроком для багатьох підприємств. Подібні заходи рятують національний бізнес, а чи рятують вони національну економіку? Певно, що ні. Відтік капіталів з країни лише погіршує стан внутрішньої економіки, з'їдає її зсередини, спустошує Україну не лише самою втечею коштів, але і недоотриманням податків.

Науковий керівник – Кузнецв О.В., д-р. екон. наук

ПРОДОВОЛЬЧА ПРОБЛЕМА В СВІТІ

Нестача продуктів – це глобальна проблема, яка супроводжувало людство на всьому протязі його розвитку. Через розвиток світової торгівлі і транспорту ця проблема дещо ослабла, але повністю так і не зникла. Причому сучасна світова продовольча ситуація трагічна через свою суперечливість. З одного боку, масштаби світового виробництва продуктів харчування в цілому відповідають продовольчим потребам населення світу. У той час як одні країни потерпають від голоду та недоїдання, інші прагнуть досягти гармонійного раціону харчування; а деякі змушені навіть «боротися» або з надлишками харчових продуктів, або з надмірною їх споживанням. З іншого, голод є причиною смерті мільйонів людей. За різними даними, у світі голодує та недоїдає близько 1 млрд осіб, з яких, переважна більшість проживає в країнах, що розвиваються.

Продовольча проблема має глобальний характер і в силу своєї гуманістичної значимості, і в силу свого тісного зв'язку зі складним завданням подолання соціально-економічної відсталості колишніх колоніальних і залежних держав. Незадовільне забезпечення продовольством значної частини населення країн, що розвиваються є не тільки гальмом прогресу, але і джерелом соціальної та політичної нестабільності в цих державах і світі в цілому.

Зараз продовольчою проблемою займаються багато міждержавних офіційних та громадських установ і організацій ООН, такі як ФАО (Продовольча та сільськогосподарська організація), створена вже в 1945 році в рамках ООН. До цієї справи долучилися регіональні банки розвитку, Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР), спеціальний фонд ОПЕК (Організація країн - експортерів нафти), які надають кошти на численні проекти піднесення сільського господарства в країнах, що розвиваються.

В цілому, в світі ресурсів продовольства достатньо для забезпечення стабільного харчування всього людства. Світова економіка має в розпорядженні сільськогосподарські ресурси і технології для того, щоб прогодувати в 2 рази більше людей, ніж живе на Землі. Однак виробництво продовольства не забезпечується там, де його потребують. Голодування і недоїдання майже 1/5 населення планети є основним соціальним змістом продовольчої кризи.

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

УДК 338.658(043.2)

Кульбіда М.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ФІНАНСОВА ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ КРАЇН СВІТУ: СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ

Фінансова глобалізація спонукає зростання фінансової єдності та взаємозалежності фінансово-економічних систем країн світу. Взаємозалежність має як позитивні, так і негативні наслідки. За умов збільшення доходу в одній країні і відповідно доходу в іншій країні виникає відповідний попит на імпорт у третіх країнах через взаємозв'язок відтворювальних процесів. Зовнішні позики дозволяють країні інвестувати і споживати більш, чим виробляє її економіка. Ефективне використання позичених ресурсів для фінансування нагромадження капіталу дозволяє прискорити економічний прогрес.

Існують стандартні показники для вимірювання величини зовнішнього боргу: відношення розмірів боргу до експорту і до валового національного продукту; відношення загальної суми платежів по обслуговуванню боргу до експорту і державних доходів.

Обсяг залучених зовнішніх позик для будь-якої країни визначається двома факторами: по-перше, скільки іноземного капіталу країна може ефективно поглинути; по-друге, який розмір боргу вона може обслуговувати без ризику виникнення проблем із зовнішніми платежами. Кожен з двох факторів буде залежати від ефективності загального економічного управління. Після того, як здійснені розрахунки на перспективу для визначення здатності країни обслуговувати свій зовнішній борг, обсяг зовнішніх позик, які треба залучити визначається в залежності від умов їх надання. Прийняття рішення ускладнюється такими факторами, як різноманітні терміни і валюти позик, а також невизначеністю ситуації з обслуговуванням боргу в майбутньому. Взаємний вплив таких змінних, як здатність країни обслуговувати свій борг, тип доступних їй фінансових ресурсів, і, накінець, рішення про залучення позик стає все складнішим по мірі росту кількості іноземних кредитів.

Розвиток взаємозалежних економік країн світу в нестабільних глобальних умовах проявляє схильність до фінансових криз, які набувають домінуючих ознак сучасного світового господарства. Адаптація суб'єктів міжнародних економічних відносин до цих умов модернізує структуру національних економік практично всіх країн світу.

Таким чином, вплив міжнародних позик на фінансову взаємозалежність економіки та зовнішню заборгованість залежить від того, наскільки ефективно здійснюється управління зовнішнім боргом і яким чином використовується експортний потенціал країни.

Науковий керівник – Ричка М.А., канд. екон. наук., ст. викладач

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ

Глобальні проблеми зачіпають самі різні сторони життя людського суспільства, такі як світову політику й економіку, міждержавні і міжнаціональні відносини, світові умови існування людей, масову свідомість людей та багато інших. Великі проблеми існують і на ринку праці: проблеми зайнятості, зростання масової безробіття хвилює більшість розвинених і країн, що розвиваються.

Безробіття є невід'ємною рисою будь-якої ринкової економіки, під цим терміном розуміється тимчасова незайнятість частини економічно активного (тобто працездатного) населення. Безробіття зумовлено комплексним характером, загалом, існує декілька точок зору на причини безробіття. Серед самих причин появи безробіття виділяють такі як: втрата роботи (звільнення), добровільний відхід з роботи, перша поява на ринку праці.

Безробіття - це макроекономічна проблема, прояв макроекономічної нестабільності, свідчення про неповну зайнятість ресурсів. Соціально-економічні наслідки безробіття розглядаються поряд з проблемами бідності та соціальної нестабільності як одні з найбільш гострих глобальних та національних проблем.

Серед наслідків безробіття можна виділити як економічні, так і неекономічні. До неекономічних наслідків безробіття належав психологічні, соціальні та політичні наслідки втрати роботи. Не менш важливе значення мають економічні наслідки безробіття. Безробіття нарівні з соціальними спричиняє за собою серйозні економічні витрати. Одне з головних негативних наслідків безробіття - неробочий стан працездатних громадян і, відповідно, випущена продукція. Серед негативних наслідків можна виділити наступні: 1) знецінення наслідків навчання; 2) скорочення виробництва; 3) витрати на допомогу безробітним; 3) втрата кваліфікації та інші.

Як в глобальному контексті, проблема безробіття має високий ступінь актуальності. В Україні в 2013 році рівень безробіття буде знаходитись на рівні від 7,9 % до 8,5 %, й це є не високим показником. У 2011 цей показник був на рівні 7,9 %, а в кризовий період 2010 року він сягнув 9 %.

Отже, стан ринку праці й тенденція до зростання числа безробітних свідчать про потребу прийняття термінових і радикальних заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць. Наявна система допомоги безробітним в Україні не відповідає ситуації, яка склалася, тому потребує докорінного реформування.

Науковий керівник – Ричка М.А., канд. екон. наук., ст. викладач

УДК 370.174(043.2)

Северінова Г.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ПРОБЛЕМИ СТАРІННЯ ЛЮДСТВА

Старіння населення є однією з глобальних проблем сучасного світу. Відповідно до класифікації Всесвітньої організації охорони здоров'я до літнього віку відноситься населення у віці від 60 до 74, до старого – від 75 до 89 років, а до довгожителів — 90 років і більше. Соціологи називають ці періоди людського життя «третім віком», і демографи вводять поняття «третього» (60-75 років) і «четвертого» (понад 75 років) віків.

Зараз успіхи медицини та покращення рівня життя дозволили значно підвищити середню тривалість життя (хоча зміни максимальної тривалості життя незначні). У переважній більшості країн цей процес привів до старіння населення, де у зв'язку із збільшенням долі старих людей, що мають інші потреби, ніж решта населення, останніми роками виникло багато соціальних та економічних питань, пов'язаних із старінням.

Геронтолог К. Вінтор виділяє наступні стереотипні погляди на старих людей:

- 1) усі старі схожі один на одного;
- 2) люди старого віку соціально ізольовані;
- 3) більшість з них має слабе здоров'я;
- 4) більшість старих людей ізольовані від своїх родин.

Вчені виділяють групи проблем, що спричиняють старіння сучасного суспільства. По-перше, це демографічні та макроекономічні наслідки, яким властиві такі характеристики, як: показник народжуваності; розподіл матеріальних ресурсів між представниками різних поколінь; відношення до колективної відповідальності за забезпечення відповідних стандартів і якість життя літніх людей-пенсіонерів; рівень продуктивності праці. По-друге, відбудуться істотні зміни в сфері соціальних відносин: у структурі сімейно-родинних відносин; у системі підтримки один одного різних поколінь; у структурі потенційної зайнятості.

Соціальний захист людей літнього віку має величезне значення у функціонуванні всього господарського механізму суспільства, тому Уряд України зацікавлений у зм'якшенні наслідків наростаючого старіння населення.

Таким чином, у технології соціального обслуговування населення України виділяються три основних напрямки соціального захисту людей літнього віку: - пенсійне забезпечення; - соціальне обслуговування людей літнього віку в стандартних і нестандартних умовах.

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

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІЖНАРОДНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ДОСВІДУ ПІВНІЧНОАТЛАНТИЧНОГО АЛЬЯНСУ

Ставлення до НАТО визначають, звичайно, реальні вчинки та факти, але у сучасному світі воно значною мірою залежить від іміджу, створеного міжнародними засобами масової інформації. Для формування позитивного іміджу в свідомості світової громадськості необхідно в повному об'ємі задіювати роль усіх інститутів організації, що в період розвитку було проблемою з точки зору організації, а також забезпечити комплексний підхід до розробки принципів і методів взаємодії структур міжнародної організації і світової громадськості. Завдання, очевидно, вирішується тільки за рахунок застосування всього арсеналу можливостей каналів комунікативної взаємодії, тобто за умови адаптації прийомів і технологій формування позитивного іміджу.

Позитивізація іміджу міжнародної організації на світовій арені, з урахуванням динамічності розповсюдження інформації при нинішньому рівні розвитку цивілізації, спричинить за собою якісне поліпшення емоційного середовища – важливе з погляду рішення зовні орієнтованих задач міжнародної організації. У свою чергу, міжнародні організації повністю відповідають за дії власного представника. Проголошення політики відкритих дверей для країн, що бажають вступити в Альянс, в Чеській Республіці, Угорщині та Польщі національні уряди мають вирішувати питання інформування громадськості щодо наслідків членства їхніх країн в НАТО та забезпечення підтримки з боку населення подальшої діяльності трьох держав у межах Альянсу.

Головною метою політики Альянсу в галузі інформації та преси є розширення громадського розуміння питань безпеки та залучення громадян до ґрунтовного і конструктивного обговорення поточних аспектів безпеки та формування політики на майбутнє. Окрім НАТО, інші організації та установи відіграють важливу роль у забезпеченні доступу до інформації.

Отже, для формування позитивного іміджу НАТО в свідомості світової громадськості необхідно в повному об'ємі задіювати роль усіх інститутів організації, а також забезпечити комплексний підхід до розробки принципів і методів взаємодії структур міжнародної організації, світової громадськості та міжнародних засобів масової інформації, чим і займається Північноатлантичний Альянс. Завдання, очевидно, вирішується тільки за рахунок застосування всього арсеналу можливостей каналів комунікативної взаємодії, тобто за умови адаптації прийомів і технологій формування позитивного іміджу.

Науковий керівник – Ричка М.А., канд. екон. наук., ст. викладач

УДК 339.727.22(043.2)

Романенко О.В.

Національний авіаційний університет, Київ

ВПЛИВ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТИВАННЯ НА МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ УКРАЇНИ

Головною характерною рисою розвитку сучасної світової економіки є потік приватного капіталу у формі прямих іноземних інвестицій. Іноземне інвестування спричинює посилення ринку і приватного сектору як двигуна економічного розвитку. За неокласичною моделлю зростання ПІІ сприяє економічному зростанню за рахунок збільшення об'єму інвестицій та їх ефективності. Тому всі країни, особливо країни, що розвиваються і найменш розвинені країни намагаються залучити ПІІ з метою отримання вигід, які вони приносять до приймаючої країни. Проте ПІІ можуть спричинювати і негативний вплив на економіку приймаючої країни.

Інвестиції в основний капітал за джерелами фінансування показує той факт, кошти іноземних інвесторів виступають у ролі підтримуючого фактора у період загальної рецесії, коли власні джерела виснажені. Кошти іноземних інвесторів хоч і займають незначне місце в структурі джерел фінансування в основний капітал України, проте вони виступають у ролі підтримуючого фактора у період загальної рецесії, коли власні джерела виснажені. Динаміки ПІІ до України за галузями виявляє, що значна частина іноземного інвестування спрямовується у фінансову діяльність (33%) та промисловість (31%). Третю сходинку даної першості привабливості галузей по ПІІ займають операції з нерухомим майном (12%). Це підтверджує припущення, що основна мета іноземного інвестування полягає у використанні ринку України для отримання швидкого прибутку. Лідер серед країн інвесторів України є Кіпр, де співвідношенні експорту-імпорту інвестицій показує деяке дублювання ПІІ, тобто вивіз капіталу з України з метою подальшого «іноземного» інвестування.

Таким чином, потоки прямих іноземних інвестицій до економіки України залежать від стабільності законодавства, світових тенденцій та стану світової економіки. Однак мала диференційність іноземних інвесторів до України викликає більш різкі коливання в інвестиційних процесах, якщо виникають рецесійні тенденції в економіці країни донора інвестицій, що ще більш дається взнаки – ознака офшорності іноземного інвестування в Україні, тобто більша частина інвестицій надходить від ненадійних інвесторів, метою яких є отримання швидкого прибутку.

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

УДК 658:589:656.2(043.2)

Хомутовська Д.П., Бардась М.В.
Національний авіаційний університет, Київ

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАХИСТІ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

На сьогоднішній день, питання щодо забруднення навколишнього середовища постає досить таки гостро. Перш за все, «винуватцями» забруднень є великі промислові комплекси та підприємства. Країна повинна якомога динамічніше працювати над мінімізацією негативного впливу промисловості на довкілля, а також вживати заходів щодо попередження техногенних катастроф.

Україна в цьому процесі не є виключенням. Для попередження ряду екологічних проблем спричинених промисловими секторами економіки України, уряду слід вживати таких заходів:

- імплементація норм і принципів європейського законодавства в екологічній сфері;
- впровадження новітніх енергоефективних та ресурсозберігаючих технологій, безвідходних та екологічно безпечних технологічних процесів, новітніх еко-інноваційних технологій;
- створення стимулів для підприємців, які спонукали б їх до впровадження новітніх екологічно безпечних технологій виробництва;
- залучення прямих іноземних інвестицій в розвиток інноваційних процесів екологічно чистого виробничого процесу;
- стимулювання і доступність сучасних технологічних процесів переробки в галузях нафтохімічної та металургійної промисловості, адже саме ці галузі виробництва є найбільшими забруднювачами навколишнього середовища;
- впровадження енергоменеджменту в промислові підприємства. Це дасть змогу контролювати стан виробничого процесу та його вплив на оточуюче середовище, а також розробляти та впроваджувати доступні та перспективні методи і принципи екологічно безпечних технологій та процесів виробництва;
- збільшення наукової бази та дотацій з державного бюджету на розробки новітніх технологій та їх подальше впровадження і використання виробничих процесах більшості підприємств країни;
- переведення екологічно шкідливих виробництв та підприємств в «екорежим»(шляхом змін у технологічному процесі виробництва за рахунок впровадження новітніх технологій, які дозволяють мінімізувати негативний вплив на оточуюче середовище).

Глобальні проблеми людства, до яких відносять й забруднення навколишнього середовища, потребують швидких заходів щодо їх вирішення в Україні. Тому, країна на законодавчому рівні, перш за все повинна вживати всіх можливих заходів щодо стимулювання розвитку і впровадження інновацій найбільш екологічно не безпечні галузі виробництва(машинобудування, нафтохімічна) задля зменшення їх негативного впливу на оточуюче середовище.

Науковий керівник – Ричка М.А., канд. екон. наук., ст. викладач

ТУРИЗМ

УДК 338. 48 (100) (043.2)

Берідзе К. С.

Національний авіаційний університет, Київ

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ
НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Сучасна туристична сфера прогресує з надзвичайною швидкістю. Нині туризм став окремою галуззю господарства та активно сприяє економічному зростанню країн світу.

Сучасний етап розвитку туризму характеризується високими темпами зростання, що дає поштовх для пошуку нових видів туризму, розробці нового туристичного продукту, покращення сфери обслуговування, впровадження нових технологій. На початку ХХІ ст. міжнародний туризм має найвищу частку у структурі міжнародної сфери послуг як за прибутками, так й за кількістю зайнятих осіб.

Починаючи з 1990 року динаміка міжнародних туристичних потоків має загальну тенденцію до зростання, виключаючи кризові роки. Так, за 2012 рік, кількість міжнародних туристичних прибуттів вперше в історії перетнула позначку у 1 млрд. Це свідчить про невпинне зростання інтересу до туризму як глобального соціально значущого явища.

Найбільша частка міжнародних прибуттів - 535 млн. чол. або 51% від загальної кількості прибуттів зафіксована в Європейському регіоні. Друге місце посідає Азійсько-Тихоокеанський з показником у 23%, що складає 233 млн. чол.; далі Американський – 162 млн., 16%; Близький Схід – 53 млн., 5%; Африканський – 52 млн., 5%.

За обсягами туристичних прибуттів окремих країн світу лідирує Франція, за нею на провідних позиціях розміщуються Сполучені Штати Америки, Китай та Іспанія.

У 2011 році доходи від туризму склали 1,2 трл. дол. США або близько 6% від загального обсягу світового експорту товарів і послуг.

За прогнозами UNWTO число міжнародних туристичних прибуттів в усьому світі, як очікується, збільшиться в середньому на 3,3% за рік. З плином часу швидкість зростання буде поступово сповільнюватися з 3,8% в 2011 році до 2,5% у 2030 році.

Таким чином можна говорити про збереження на найближчу перспективу тенденцій зростання кількості туристичних прибуттів в усіх макрорегіонах світу, незважаючи на те, що темпи зростання будуть суттєво відрізнятися.

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

БАНКРУТСТВО «АЕРОСВІТ» ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНИЙ РИНОК АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Одна з найбільших українських авіакомпаній «АероСвіт» була створена у 1994 році у формі закритого акціонерного товариства. Її найбільшими акціонерами є нідерландська компанія «GilwardInvestmentsB.V» – 38%, українська компанія «Генавіаінвест» - близько 25%, Фонд держмайна України -22,4% і «Укрінфоконсалт» - 9,8%. Компанія«АероСвіт» є членом багатьох міжнародних організацій, таких як: «ІАТА» з 1996р, «ЕВА» з 2008р., «USAirlinesReportingCorporation», «AmChamUkraine».

У 2012р. «АероСвіт» обслуговувала 80 міжнародних повітряних ліній у 34 країн світу, включаючи трансконтинентальних – до Нью-Йорка, Торонто, Пекіна, Делі та Бангкока, а також забезпечувала доставку пасажирів у найбільші адміністративні центри України – Дніпропетровськ, Донецьк, Запоріжжя, Івано-Франківськ, Львів, Одесу, Сімферополь, Харків. Це забезпечувало 32%[1] загальних авіаперевезень України. Наприкінці 2012р., подала заявку до суду про банкрутство, що позначилось на скороченні її міжнародних маршрутів та кількості авіаперевезень України (пасажиропотік у січні впав на 18% (-5%річних), а загальне завантаження пасажиропотоку за перший тиждень лотого склало 24%).

Через кризу в «АероСвіті» український авіаційний ринок втрачає свою масову частку. Так, з 1 січня 2013 року авіакомпанія «TurkishAirlines» призупинила дію код-шерінгову угоду з компанією «АероСвіт». Рейси, що належали «АероСвіт», між Києвом - Афінами та Ларнакоюзабирає на себе грецька авіакомпанія «AegeanAirlines».«Лоу-кост» компанія «WizzAirUkraine» загалом претендує на 18 напрямів «АероСвіту», серед яких такі важливі, як Тель-Авів, Дубаї, Вільнюс, Прага, Варшава, Неаполь, Салоніки, Москва, Санкт-Петербург.Авіакомпанія «МАУ», один із вітчизняних авіаційних гігантів, за домовленістю 2012р., має повне право перебрати на себе рейси збанкрутілої компанії. Тому, подальший перерозподіл авіарейсів «АероСвіту» залежить від рішення «МАУ».

З банкрутством «АероСвіту» український ринок авіаперевезень, з одного боку, зазнає збитків, проте з іншого, це реальна можливість іноземним «лоу-кост» компаніям отримати більш-ширші можливості на українському авіаційному ринку.

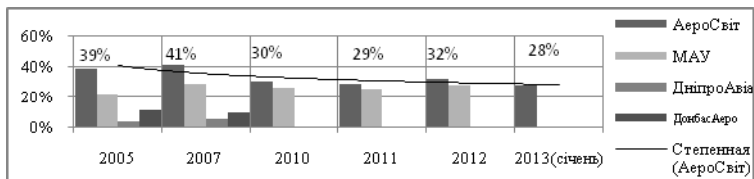


Рис.1 Динаміка пасажиропотоку «АероСвіт»

Науковий керівник - Борисюк О.А., ст. викладач

УДК 351.756:379.85(043.2)

Дяченко І.А.

Національний авіаційний університет, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ВІЗОВОГО КОДЕКСУ ГРОМАДЯНАМИ УКРАЇНИ, ЩО ПОДОРОЖУЮТЬ З ТУРИСТИЧНОЮ МЕТОЮ

У 2010 році нормативно-правова база візового режиму європейських країн зазнала суттєвих змін і доповнень внаслідок вступу в дію Регламенту ЄС, що встановлює Кодекс Спільноти з візових питань. Цей документ, ширше відомий під скороченою назвою «Візовий Кодекс ЄС», який набув чинності 5 квітня 2010 року. Кодекс має юридичну силу для 26 країн Шенгенської зони, чотири з яких (Норвегія, Ісландія, Ліхтенштейн та Швейцарія) не є членами Євросоюзу. Кодекс діє також для Румунії та Болгарії, які не входять поки до Шенгенської зони. В той же час дія Кодексу не поширюється на Велику Британію та Ірландію, в тому числі і на членів ЄС (Румунія, Болгарія, Кіпр), що не є учасниками Шенгенського законодавства. Оскільки кожна десята шенгенська віза у світі видається громадянам України, даний документ є дуже актуальним у наш час.

Відносно нещодавно візовим кодексом було зменшено кількість категорій шенгенських віз: категорії В (транзит) та С+D (національна з одноразовим транзитом) більше видаватимуться не будуть. На сьогоднішній день громадянам, які бажають подорожувати з туристичною метою, потрібні будуть наступні категорії віз: віза С1 – відкривається на 30 діб; С2 – від 31 до 90 діб; С3 – багаторазовий в'їзд на 90 діб, що діє на протязі 1 року; С4 – багаторазовий в'їзд на 90 діб, що діє на протязі 5 років.

Така категорія, як громадяни третіх країн повинні володіти аеропортовою транзитною візою під час перетину міжнародних транзитних зон аеропортів (віза категорії А), розташованих на території держав-членів ЄС. Громадяни України не потребують даного типу віз, оскільки Україну не внесено до списку третіх країн.

Окрім того Україна ввійшла до категорії тих країн, які мають пільги на вартість візи. У той час як стандартний консульський збір нараховує 60 Євро, то для нашої країни ця сума складає 35 Євро.

Між країнами ЄС та Україною укладена Угода про спрощення оформлення віз, яка діє від 1 січня 2008 р. Дане положення має верховенство над Кодексом, що надає Україні низку пільг. Крім зниження вартості візи, Угодою передбачено й зниження терміну розгляду заявки на подання візи до 10 календарних днів (проти визначених 15 днів) з дня подання заявки. Згідно до Угоди мають право на безкоштовне оформлення віз: дружина/чоловік, батьки та діти громадян України, які мають дозвіл на перебування в державах-членах Шенгенської угоди, учні, студенти, громадяни, які подорожують з гуманітарною метою, інваліди та супроводжуючі особи, спортсмени та супроводжуючі особи, журналісти, пенсіонери, діти віком до 18 років та особи віком до 21 року, які знаходяться на утриманні, учасники наукових, культурних та мистецьких заходів, учасники програм обміну між містами-побратимами та деякі інші.

Науковий керівник – Пестушко В.Ю., доцент

ТУРИСТИЧНИЙ ІМІДЖ АР КРИМ

В Україні проблематика «іміджу» країни стала предметом наукового аналізу лише в останнє десятиліття. Туризм- галузь економіки, яка побудована на продажі держав та їх дестинацій, а так як АР Крим є однією з основних дестинацій країни,- формування іміджевої політики цього регіону є актуальною задачею сьогодення.

На жаль, іміджева політика України не була системною. Взагалі, кримський регіон, незважаючи на свій значний курортний і туристичний потенціал, займає скромне місце на світовому ринку туристичних послуг. На долю півострова припадає менше половини відсотка від загального обсягу таких послуг, в той час як туризм, історія розвитку якого в АР Крим налічує більше 100 років, може і повинен стати пріоритетним напрямом в економіці регіону, як сфера міжнародного бізнесу. Тому, АР Крим необхідно популяризувати галузь туризму постійно для всесвітньої популярності, а також для отримання коштів шляхом залучення інвестицій і державної підтримки на її розвиток. Проведення заходів та виставок в інших країнах, з метою залучення нових туристів з-за кордону . Стратегічною метою півострову є формування конкурентоспроможного на світовому і національному рівнях туристичного продукту на основі ефективного використання наявного рекреаційного потенціалу Криму, модернізації та реконструкції існуючої матеріально-технічної бази санаторно-курортної, лікувально-реабілітаційної, оздоровчої і туристичної інфраструктури.

Аналіз існуючих проблем призвів до підсумку, що розвитку туристичної галузі в Криму необхідний значний поштовх. Це повинна бути цільова програма, яка допоможе в більш короткі терміни вийти на високий рівень. Така програма була створена в 2011 році, вона носить назву Стратегії, за якою до 2020 року планується вивести туристичну галузь Криму на новий рівень. Стратегічним пріоритетом в туристсько-рекреаційному комплексі є модернізація санаторно-курортного і туристичного сектора АР Крим. Для реалізації Стратегії в рекреаційному напрямку, була створена «Програма розвитку та реформування рекреаційного комплексу АР Крим на 2012-2013 роки».

Також, за статистичними даними 195 000 туристів прибули до Криму з початку 2012 року, це на 8% більше, ніж за аналогічний період 2011-го "Найбільше зростання турпотока спостерігається в Судаку і Феодосії, де на 20% і 15% відповідно, збільшилася кількість організованих відпочивальників. У Евпаторії і Алушті цей показник виріс на 7% і 5% відповідно. Як повідомляє, міністр курортів і туризму Криму Олександр Лієв , на 18 червня 2012 року число туристів, прибувших до Криму, склало 1 млн. 95 тис. чоловік, що на 8% більше, ніж в 2011 році на аналогічний період часу, також кількість зарубіжних туристів виросла майже на 10%, в основному - за рахунок білорусів і росіян.

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

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ТА АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Івано-Франківська область має значні туристичні ресурси для задоволення потреб вітчизняних та іноземних туристів в оздоровленні, відпочинку й пізнанні історії та культури краю.

Актуальність теми визначається тим, що у наш час туризм став одним із найприбутковіших видів бізнесу у світі. Туристично-рекреаційна галузь проголошена стратегічним напрямом розвитку економіки Івано-Франківщини і є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки. Об'єктивно регіон має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму.

Розвиток туризму в області базуватиметься на раціональному використанні територіального поєднання природних умов, ресурсів та історичних, архітектурних пам'яток краю. Проведення туристичної індустрії здійснюватиметься на засадах ефективної співпраці влади, бізнесу та громадськості в напрямку формування оригінальних туристичних продуктів, розробки та впровадження туристичних проєктів із відповідним фінансовим забезпеченням.

Туристично-рекреаційна галузь Івано-Франківщини була і залишається пріоритетним напрямком розвитку підприємництва в області. Прикарпаття – у трійці лідерів туризму України і за кількістю туристів, і за платежами від туристичної діяльності до бюджету (понад 12% від усіх надходжень у державі). Зокрема, обсяг сплачених ліцензованими туристичними підприємствами краю платежів до бюджетів усіх рівнів за 9 місяців 2011 року склав 27,4 млн. грн., що на 61% більше відповідного минулорічного періоду. Туристичні послуги надають більше 100 туроператорів і турагентів, які обслуговують майже 1 млн. туристів та екскурсантів. На Івано-Франківщині функціонують понад 200 туристично-рекреаційних закладів, у тому числі 98 готелів.. Послуги розміщення надають також понад 750 приватних садиб сільського зеленого туризму. Популярності Прикарпаттю додає діяльність гірськолижного курорту “Буковель”.

А отже, завдяки своєму розташуванню Івано-Франківська область має надзвичайно високий рекреаційно-туристичний потенціал, що надає області значні можливості для розвитку туризму. Розвиток туристично-рекреаційної галузі Франківщини за останні роки характеризується позитивною та сталою динамікою.

Проте для покращення і розвитку туризму необхідні певні кошти для того, щоб удосконалити туристично-рекреаційні заклади відпочинку .

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

**ЗАГРОЗИ ВВЕДЕННЯ БЕЗВІЗОВОГО РЕЖИМУ МІЖ ЄС ТА УКРАЇНОЮ
ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ**

Вільне пересування людей є природним правом, істинною цінністю сучасної Європи. Велика ймовірність того, що 2013р. може стати історичним та вирішальним для євроінтеграційних прагнень українського суспільства. У листопаді відбудеться саміт «Східного партнерства», під час якого можливим є підписання Угод про Асоціацію України з Європейським союзом, заснованої на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції включно з глибокою та всеосяжною зоною вільної торгівлі та покращення умов візового режиму. Варто зазначити, що Україна отримує біля 9,2% (1,125,659) всіх віз Європейського Союзу, впевнено тримаючи за цим показником друге місце в світі після Російської Федерації (29,4%). Українці отримують понад вдвічі більше віз ЄС, ніж громадяни всіх інших країн «Східного партнерства» разом взяті. Згідно офіційної статистики за 2011 рік, Україна отримала більше шенгенських віз, у порівнянні з іншими роками, а рівень відмов склав 3,3%, цьому сприяло розширенню пільгових категорій, визначених Угодою, поява нових прогресивних положень, що сприятимуть більш якісному та ефективному застосуванню вже існуючих норм.

При цьому слід зазначити, що введення безвізового режиму між Україною і державами ЄС може потенційно мати і негативні наслідки, зокрема для вітчизняної туристичної індустрії. Серед них:

- Сповільнення темпів росту ринку внутрішнього туризму через те, що громадяни України зможуть вільно пересуватися ЄС. (Ще у 2007 р. гостями українських курортів було 2 млн. українських же громадян, але вже в 2009 р. – біля 1 млн., в 2011 р. – лише 600 тисяч. Звичайно, мова йде тільки про офіційно зареєстрованих туристів. Але навіть ці дані показують – як би не плакалися співгромадяни про низький рівень життя, відпочинок за кордоном стає все більш популярним).

- Загострення конкуренції з боку потужних іноземних компаній, які вірогідно після ратифікації Угоди між Україною і ЄС виходитимуть на український ринок. Європейські туроператори співволодіють готельними мережами, мережами тур агентств, авіа- та автотранспортним парком, працюють за високими стандартами якості обслуговування, внаслідок цього українські туристичні підприємства, які згідно Закону України „Про туризм” можуть займатися лише виключно туристичною діяльністю, зазнають значних збитків внаслідок неможливості створення комплексного туристичного продукту власними зусиллями і за допомогою власних засобів.

- Загроза перетворення України на осередок сексуального туризму, в тому числі дитячого. За даними МВС України вже зафіксовані факти сексуального туризму в Україні громадян Франції, Швеції, деяких інших країн ЄС. (В наслідок введення безвізового режиму комунікація з організаторами з України покращиться).

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

УДК 338.48(477) : 339.727 (043.2)

Піддубна А.С.

*Національний авіаційний університет, Київ***УКРАЇНА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Ринок послуг в Україні має велике значення для національної економіки. Україна є потенційно перспективним туристичним регіоном і має необхідне підґрунтя для того, щоб стати популярною атракцією на європейському туристичному ринку.

Незважаючи на низький статус в загальносвітовому рейтингу конкурентоспроможності в сфері туризму, – за підсумками 2010 року 85 позиція з 139 країн світу згідно з даними експертів ВЕФ – в Україні спостерігається стабільне зростання числа туристичних прибуттів. За даними Держприкордонслужби України в 2011 році кількість іноземців, які відвідали Україну склала 21,4 млн., виїзний потік склав 19,7 млн., при цьому як туристи себе ідентифікувало 343 тис. іноземців і 1.4 млн. українців. Слід відмітити позитивну динаміку як виїзного так і в'їзного туристичних потоків, що ідентифікує стабільне відновлення після кризового 2009 р. Разом із зростанням туристичних потоків збільшуються обсяги надання туристичних послуг, у 2011 році цей показник склав близько 9,8 млрд. гривень. На думку експертів, зростанню сприяло деяке поліпшення купівельної спроможності населення і збільшення витрат на відпочинок. Зростає кількість операторів туристичної індустрії. Середньорічний їх приріст становить не менше 10-15%. За даними Державної служби туризму і курортів, станом на 2011 рік в Україні діє 2426 ліцензій на впровадження туроператорської діяльності.

Україна безперечно робить успіхи у залученні міжнародного туристичного потоку але максимізувати економічні вигоди та вийти в лідери з отримання туристичних прибутків не вдається. Пояснюється це тим, що у структурі іноземного потоку до України переважають подорожі з приватною метою (87,02%), туристичне спрямування складає тільки 6,4% обсягів іноземного потоку. При цьому, якщо виїзний туристичний потік з України зростає, за десять років в період з 2001 по 2011 він збільшився на 78% і досяг 1,4 млн. осіб, то обсяги в'їзного туризму залишаються на стабільному рівні в 0,3-0,4 млн. осіб уже протягом десятиліття (за винятком деякого зростання в 2003 році та в 2012 році за рахунок футбольного чемпіонату Євро-2012). Проте залучений потік іноземних відвідувачів говорить про зацікавленість нашою країною як туристичною атракцією і свідчить про наявний туристичний потенціал. Географічна близькість до ЄС та активізація зовнішньоекономічних відносин з європейськими країнами дає поштовх до активної співпраці також й у сфері надання туристичних послуг. Головні проблеми українського туризму: низька якість послуг, що надаються суб'єктами національного туристичного ринку, завищені ціни та неефективний маркетинг, призвели до формування у потенційних іноземних туристів негативного та такого, що не відповідає дійсності, уявлення про Україну та її туристичні можливості.

Науковий керівник - Ткачук Л.М., канд. геогр. наук, доцент

**МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ
У СВІТОВЕ СПІВТОВАРИСТВО**

Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції. За даними Всесвітньої Туристської Організації, за останні 16 років доходи від міжнародного туризму зростали в середньому на 9% в рік. Так як ринок туристичних послуг характеризується урізноманітненням пропозиції туристичного продукту як за рахунок впровадження нових видів послуг і форм обслуговування, так і за рахунок територіального розширення, формування нових туристичних центрів, районів та курортних зон, Україна, перебудовуючи свою економіку на ринкових засадах, включається у світовий туристичний процес, про що свідчать зростання туристичних потоків і нарощування обсягів діяльності реформованої індустрії туризму. За даними Державної служби статистики України, загальна кількість іноземних туристів, що відвідали нашу державу у 2010 році становила 335835 осіб, а у 2011 році було здійснено 343511 прибуттів.

Цілеспрямована та системна робота щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків на двосторонньому та багатосторонньому, регіональному та міжнародному рівнях є ефективним механізмом створення сприятливого для розвитку країни середовища, поліпшення просування національного туристичного продукту на світовому ринку, проведення реклами туристичного потенціалу, залучення іноземних туристів до країни, підвищення іміджу й авторитету нашої держави у світовому співтоваристві, розвитку національної економіки та культури, ефективного використання туристичних ресурсів, розбудови інфраструктури, залучення до світового інформаційного простору, вивчення передового досвіду організації туристичної діяльності. Наприклад, членство України у Всесвітній туристській організації значно підвищило імідж і авторитет нашої держави у світовому співтоваристві, створило передумови подальшого розвитку національного туризму відповідно до тенденцій світового туристичного ринку із залученням до інформаційної мережі, прогресивних технологій, інвестиційних пропозицій, системи професійної підготовки, наукових досліджень, передових надбань найбільш розвинених туристичних держав світу. Не виключенням є співпраця з Європейською туристичною комісією, Радою по туризму держав-учасниць СНД та іншими організаціями.

Сьогодні можна з впевненістю говорити про визнання зростаючої ролі туристичного потенціалу нашої країни на світовому туристичному ринку, сприйняття нашої країни світовою спільнотою як європейської держави з багатими природно-рекреаційними та історико-культурними ресурсами, потужною туристичною інфраструктурою, що має всі можливості стати державою світового рівня, в якій індустрія туризму становитиме вагомий складову бюджетних надходжень і відіграватиме провідну роль в покращенні економічного становища країни.

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

ЖУРНАЛІСТИКА

УДК 070.19 (477)

Головатюк О.О.

*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Луганськ***П'ЯТЬ ТИПОВИХ ПРОБЛЕМ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ПРЕСИ ДЛЯ ДІТЕЙ**

Щоб детальніше зрозуміти вимоги до дитячих періодичних видань, варто звернути увагу на декілька найтипівіших проблем підготовки преси для дітей. Об'єктом дослідження є редакторська підготовка матеріалів для дитячої преси. Предмет – сучасні періодичні видання України.

Серед типових проблем варто відмітити наступні:

1. Специфіка сучасного дитячого читання.

Усе більш популярними серед дитячої аудиторії стає такий тип видань, як журнали, але цей показник має деякі нюанси. Уже з середнього шкільного віку дівчата починають цікавитись виданнями, орієнтованими на суто жіночу (дорослу) аудиторію, до того ж у їхньому читачьому репертуарі втричі частіше присутні різноманітні молодіжні чи розважальні видання. У цей же час хлопців захоплюють видання, пов'язані зі спортом, комп'ютерною справою, технічні чи пізнавальні журнали. Таким чином, розмаїття статей у журналах для хлопчиків повинно становити набагато ширше коло, ніж у виданнях для дівчат.

2. Проблема творчої долі дитячого автора. Газети та журнали орієнтовані на дітей зникають так само швидко, як і з'являються. Авторам, що дбають про своє майбутнє, не вигідно співпрацювати з такими виданнями-одноденками. Саме через це сучасний ринок дитячих періодичних видань перенасичений продукцією низької якості. Не дивно, що на сучасному етапі розвитку журналістики та книгодрукування редактори частіше воліють перевидавати твори «минулих років». Тому варто залучати нових енергійних авторів.

3. Не адаптованість лексики. Особливої уваги потребує саме лексична база текстів дитячих періодичних видань, оскільки часто трапляється так, що автори є необізнаними стосовно тезаурусу дитини конкретного віку, її життєвого, мовленнєвого досвіду.

4. Невідповідність матеріалів реальності та нерозуміння потреб споживача. Дитина все сприймає на віру, і друкване слово набуває в її очах абсолютного авторитету. Саме тому редактори й автори повинні подивитися на світ з боку майбутніх читачів.

5. Комерціалізація періодичних видань. Не завжди через підвищення ціни, видання стає якісним з боку наповнення. Важливим є те, що не всі батьки можуть дозволити собі витратити великі кошти на періодіку.

Отже, на сьогоднішній день, у сфері дитячої журналістики можемо виділити такі актуальні проблеми, як одноманітність та низька якість видань, невідповідність лексичної бази текстів щодо розвитку дитини, криза авторів, та нерозуміння потреб реципієнтів. Від працівників дитячої періодики це потребує надзвичайно відповідального ставлення до своїх обов'язків.

Науковий керівник – Неврузова Г. М., асистент

ІНТЕРНЕТ ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НОВИЙ ДВОСТОРОННІЙ КОМУНІКАТИВНИЙ КАНАЛ

Для журналістики інтернет відкрив нові шляхи для комунікації, став каналом через який, кожен може викласти і виразити власні думки, щодо прочитаної, побаченої інформації.

Журналістика поступово опанувала свою комунікативну функцію, дедалі впевненіше перетворюючись на комунікативне середовище. Особливу роль у сучасному світовому інформаційному просторі висунулася комп'ютерна мережа інтернет. Що призвело до появи нового виду журналістики. Редакція підтримує постійну комунікацію з читачем, глядачем, тим самим досліджуючи потреби і тенденції споживача, а також зацікавлюючи їх у своєму продукті. Саме тому журналіста можна вважати організатором, посередником, який є організатором комунікативних відносин, посередником і інтерпретатором в соціальному діалозі.

В ході дослідження була здійснена спроба проаналізувати тенденції розвитку журналістики в інтернеті, появи нового комунікативного каналу. За результатами дослідження були виокремлені такі особливості комунікації читача і журналіста.

а) Швидкий обмін інформації. Нові технології дозволили швидко реагувати на події, переробляти їх на інформацію, поширювати.

б) Моментальна реакція на інформацію. Відповіді онлайн. Спілкування між читачем і автором змінилось з появою інтернету, зникла потреба чекати листів в редакцію з відгукami, робити постійні опитування аудиторії. Кожен матеріал розташований в «світовій паутині» може отримати відгук онлайн.

в) «Живе обговорення». Читачі (глядачі, слухачі) незалежно від статусу, національності, статі, віку, можуть онлайн обговорювати інформацію без упереджень і виражати власні думки з приводу певних подій, явищ, завдяки чому журналіст, може виокремити актуальну інформацію, яка варта подальшого дослідження, а також визначити важливість тем, якості подачі.

г) Доступність. Інформація, яка постійно оновлюється доступна кожному користувачу інтернету, не залежно від його статі, віку і місця перебування.

В роботі була досягнута мета дослідження – розглянута інтернет журналістика, її специфічна структура, відмінності і подібності з іншими галузями ЗМІ. Завдяки цим даним, редакція може популяризувати своє видання, донести інформацію ширшому колу читачів (глядачів), зрозуміти потреби своєї аудиторії.

Визначення цікавих тем, а також прояв справжніх думок, щодо інформації, може бути можливим завдяки інтернету і онлайн обговоренням, відповідях. Враховуючи нові тенденції редакція і самі журналісти можуть отримувати реальну оцінку своїй роботі, дізнатися про реальну кількість читачів, їх судження і міру цікавості певною темою.

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

УДК 070. 489 (477.61)

Захарова М. В.

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Луганськ

РОБОТА ЖУРНАЛІСТА НАД НАЗВОЮ МАТЕРІАЛУ

Заголовок – це початок публіцистичного твору, це перше слово з яким автор звертається до читача, представляє свою працю. Тому до творення хрестоматії слід відноситися дуже відповідально.

“Турбота про композицію починається вже з самої назви, без неї я просто не можу розпочати працю, в ній я втілюю свою ідею. Назва – це цілий світ, у якому повинні жити твої герої, хай він не справжній, а лише такий, що виникає у твоїй уяві, але це правдивий світ, зі своїми законами, своїми суперечностями і в ньому існують свої межі, чітко окреслені назвою – заголовком”, – стверджував П. Загребельний.

Дібравши невдалий заголовок, можна “вбити” гарну статтю, “перевести ні на що години добровільної праці” зазначають дослідники.

Правильно й навпаки: якщо назва справді влучна, вона може “витягти” досить посередню за змістом публікацію. Історії журналістикознавства відомі випадки коли газетні заголовки ставали рушієм суспільної свідомості. Наприклад, заголовок, “ВІЙНА МОЖЕ БУТИ ОГЛОШЕНА”, де друге слово (в оригіналі це другий рядок) було надруковано дуже маленьким шрифтом, призвів до розв’язання американо-іспанської війни (1898 р.) .

Отже, для добору мотивуючого заголовка варто користуватися такими порадами:

1) підбирати, в міру, “шокуючі” слова, здатні привернути увагу читача. Проте необхідно чітко дотримуватися журналістської етики, а саме: правдивості;

2) перефразувати вираз – узявши за основу вже відому фразу чи назву книги, фільму, прислів’я тощо;

3) використовувати постмодерну гру, яка безперечно зацікавить реципієнта.

Такі заголовки, не лише привернуть увагу читача, вони залишаться в пам’яті, та нададуть певну оцінку висловленого.

Через те, що сьогодні існує багато полемічних роздумів щодо роботи журналіста, ми вважаємо, що в журналіста має бути дві назви твору. Перша назва робоча, друга – затверджена. Робоча назва виконує роль теми. Затверджена виникає наприкінці написання твору, ця назва є осмислена, має точний вираз того, що хотів сказати автор при висловлюванні своїх думок, при оцінюванні якихось явищ.

Отже, працюючи над заголовком, слід пам’ятати заради чого писався текст, і яку ідею має показати заголовок. Для цього необхідно чітко розуміти важливість правильного інформування населення, що неможливо без професійного досвіду.

Науковий керівник – Неврузова Г. М., асистент

ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СПОРТИВНИХ ІНТЕРНЕТ-САЙТІВ

В теоретичній журналістиці наразі недостатньо праць, які б узагальнювали відомості щодо спортивної журналістики. Це відзначав навіть такий дослідник, як Є. Прохоров, він писав: "Наші публіцисти та дослідники, нажаль, не особливо полюбують спорт, напевне, вважаючи цю тему несерйозною. Але це - одна зі сторін життя і величезний пласт журналістики, і вже тому уникати її неправильно".

В ході дослідження була здійснена спроба проаналізувати за сукупністю характеристик сайти, контент яких висвітлює спортивну тематику та орієнтований на українську аудиторію. За результатами цього аналізу спортивні Інтернет-сайти були розділені за наступними критеріями.

а) За походженням. Включення цього критерію до типології було обумовлене теоретичною концепцією А. Носика щодо розгалуження Інтернет-ЗМІ в цілому.

Так, беручи за основу його концепцію, вирізняємо такі типи спортивних мережових ЗМІ: 1) клони (закарпатська газета "Спорт-Тайм") 2) гібриди (всеукраїнська газета "Спорт-Зкспресс в Україні") 3) онлайнові ЗМІ (football.ua, iSport.ua).

б) За близькістю до традиційних аналогів. Включення цього критерію до типології було обумовлене теоретичною концепцією А. Калмикова та Л. Коханової щодо різновидів Інтернет-ЗМІ: 1) Інформаційні агентства ("Спорт.UA") 2) Інтернет-газети (football.ua, ua-football.com) 3) Інтернет-журнали ("Олімпійська арена") 4) Інтернет-телебачення. 5) Інтернет-радіо.

в) За видами спорту: 1) змішані ("iSport", "Спорт.UA") 2) Футбольні (ua-football.com, "Прессинг") 3) Баскетбольні ("Баскетбол України") 4) Хокейні ("Львівський хокей", "Хокей без кордонів") 5) Гандбольні ("Мотор-ЗНТУ-ЗАС") 6) Сайти, присвячені іншим видам спорту.

г) За гендерною ознакою: 1) сайти, зорієнтовані на висвітлення чоловічих видів спорту. 2) ресурси, зорієнтовані на висвітлення жіночих видів спорту ("Нафтохімік") 3) змішані ("Український гандбол").

д) За адресністю: 1) сайти для фанатів ("Гніздо") 2) сайти для пасивних болівальників 3) сайти для журналістів.

В роботі була досягнута мета дослідження - розроблена типологічна модель спортивних Інтернет-сайтів української мережі. Завдяки цим даним, редакція отримує цінну інформацію, яка визначатиме подальший розвиток ЗМІ. Рубрики, які є нецікавими аудиторії, можуть прибиратися з сайту. Натомість, теми, які викликають найбільше зацікавлення суспільства, можуть отримати свій розвиток в подальших публікаціях.

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

УДК 070.11:32.091.51 (043.2)

Карташева А. С.

Національний авіаційний університет, Київ

КОМУНІКАТИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЖУРНАЛІСТИКИ

Поступова заміна суб'єктно-об'єктних ознак комунікативних процесів суб'єктно-суб'єктними зумовлює потребу заглибитись у комунікативні властивості журналістики в умовах трансформації сучасних інформаційних процесів.

Природа маси, етапи її формування та розпаду, методи впливу та моделі комунікативних процесів, комунікативні властивості журналістики досліджувалися у роботах вітчизняних журналістико знавців: В. Різуна, Г. Кривошеї, В. Здоровеги, В. Владимірова та іноземних комунікологів: Т. Гобан-Класа, Д. Макквейла, Р. Якобсона, В. Ворошилова, Д. Ольшанського, С. Чакотіна, О. Самарцева.

У сучасних умовах не доцільно говорити про комунікаційну модель, за якої існують ті, хто володіє інформацією, медіатори та ті, хто її потребує. Інформація циркулює у комунікативному просторі. Відбувається обмін інформаційним продуктом, адже читацька, глядацька, слухацька аудиторія не лише сприймають інформацію, яку для них підготували ЗМІ, але й можуть бути джерелами корисної та ексклюзивної інформації. Проте в кінцевому результаті вона все одно покликана вплинути на громадську думку.

У практиці ЗМІ сьогодні широко використовуються такі методи підсвідомого впливу на «розумні маси»: *метод «промивання мізків»* (у його основі лежать прийоми переформатування й прищеплення нових ідей шляхом зміни ідейно-концептуальної системи свідомості); *метод переконання* (використання в пропаганді слів і словосполучень, що мають загальноприйняте змістове «наповнення» і застосування яких переконує саме по собі); *метод «наклеювання ярликів»* передбачає приписування ознак, властивостей, характеристик без додаткової аргументації: *«Важко не погодитись. І поки Тимошенко поступово перетворюється на українського Нельсона Манделу, Янукович, схоже, має намір стати українським Нероном»* (ОТ; 04.10.12); *метод асоціативного формування позитивного ефекту* спирається на престиж чогось аксіоматичного: *«І щоб ніхто не сумнівався, не через готовність здати національні інтереси, а виключно завдяки особистим зусиллям володар Межигір'я зміг зробити геніальну «пропозицію, яка зацікавила Москву»* (УТ2; 25.10.12); *рекламні методи* включають побудову артистичного образу, а не рекламування справжніх переваг кандидата; наявність персонажа, що викликає позитивні емоції; *фасцинація та метод маркування маси*, що використовується під час маніфестацій, парадів, мітингів для ідентифікації членів маси, а також гуртування людей.

Спілкування з масами відбувається через спілкування з кожною окремою людиною. Суб'єктно-суб'єктний підхід – це шанс побачити масу як вищу групову форму вияву людськості, носієм чого є індивідуум, людина розумна і мисляча. Достукатися до маси можна лише через вплив на окремих людей.

Науковий керівник - Кривошея Г. П., канд. філол. наук, доцент

МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНАННЯ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Переконання — це такий спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини для того, щоб сформувати в ній нові установки. Логічно будувати доведення та красиво висловлювати свої думки — це те основне, що має вміти людина, яка прагне успішно переконувати.

Основними прийомами переконання є інформування, роз'яснення, доказ, спростування і бесіда. Переконання має бути послідовним, логічним, максимально доказовим та відповідати рівню вікового розвитку особистості. Переконання складається з гіпотези, доказів чи аргументів і демонстрації.

Журналіст виконує роль соціального педагога, який роз'яснює й переконує, показує цінність моральної активності. Переконання не дасть належного результату, якщо його використовуватимуть як моралізування. Тому краще не вживати слів «мусиш», «зобов'язаний», «як не соромно» та ін.

Переконувати словом — це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтувати свою позицію й переводити мислення в мовлення.

Не можна досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися, дійти до фіналу «перемога — поразка». А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла уважно та осмислено вислухати запропоновані їй докази. Для цього треба виокремити те спільне, що об'єднує людей, і встановити психологічний контакт. Потім доцільно разом проаналізувати всі аргументи обох співрозмовників і дійти до спільного висновку. Тоді переконуючий вплив на людину не буде нав'язаним, а відповідатиме її думкам, поглядам, почуттям.

Давньогрецький філософ Сократ завжди намагався ставити питання таким чином, щоб його співрозмовник не міг відповісти «Ні». Арістотель називав переконання «мистецтвом спонукати людей робити те, що вони, зазвичай ніколи б не зробили, якби ви їх не попросили про це». Щоб переконати, варто починати не з моментів, що розділяють, а з того, з чим співбесідник погодився б. Переконливість аргументів залежить від іміджу і статусу інформатора. Крім того, міміка, пози та жести мають бути дружніми до співрозмовника.

Отож це лише частина методів, за допомогою яких можна ефективно переконувати. Існують і інші, навіть неетичні. Наприклад, навмисний обман. Однак мета мистецтва переконання одна — вміло викласти аудиторії свою позицію, а потім зробити так, щоб ця думка стала основою її довіри.

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

УДК 811.161.2'27:070 (0432)

Костюк І. А.

*Національний авіаційний університет, Київ***НОВІТНІ ПЕРИФРАЗИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА РЕЦИПІЄНТА**

У сучасних умовах становлення української державності ЗМІ роблять великий внесок у розвиток української мови. Зокрема, в умовах активного суспільно-політичного життя в медійних текстах з'являється перифраз.

На сьогоднішньому етапі розвитку мовознавства сформувалося два основних підходи до дослідження та вивчення перифраза: вузький, який трактує його як виключно літературний прийом, і широкий, що розглядає перифраз як стилістичний засіб мови ЗМІ. Незважаючи на багатоаспектний підхід до вивчення, можна виділити основні ознаки перифраза: описовість, співвіднесеність, наявність вказівки на характерну рису названого об'єкта. Відповідно до цього трактуємо перифраз як одиницю мови, яка вторинно та описово позначає предмети і явища реальної дійсності за допомогою актуалізації ознаки десигната, який становить собою певне поняття про загальний з перифразованим словом референт.

Усі перифрази поділяють на декілька груп відповідно того, що вони позначають (назва географічних понять, установ, історичних осіб тощо). Однак останнім часом в українських медіа актуалізувалися перифрази політичного дискурсу, тобто ті, що використовуються на позначення різноманітних політичних понять.

Перифрази політичного дискурсу виконують такі функції: евфемістична, емоційно-експресивна, номінативна, функція пагетичного засобу і шаблонізації. Усі перифрази цього типу поділяємо на три блоки: перифрази на позначення відомих осіб сучасності (*Газовий король* – Дмитро Фірташ (*Газовий король Дмитро Фірташ хоче стати «сеньйором помідором»*) (ВЗ, 11.07.12), *Міністр синекури* – Дмитро Табачник (*Заголовок*) (УТ, 16.02.12); на позначення політичних груп (*Державницький пацанізм* – українська еліта ХХІ століття (*Однак глянцевої, тим паче державницький пацанізм був би неможливий без підтримки найширих народних мас*) (УП, 19.07.12); називання партій і блоків (*Залишенці* – Партія «Наша Україна» (*Залишенці: Партія «Наша Україна» після низки перейменувань і різноманітних реформ остаточно відійшла на маргінес політичного поля*) (УТ, 22.09.12).

Відповідно до окреслених функцій перифраза та його тематичних блоків можемо говорити про нього як засіб впливу на реципієнта. У результаті соціологічного дослідження виявилось, що читач ідентифікує вторинну номінацію (перифраз), використану автором, з певним поняттям, погоджуючись з ним чи ні. Як доводить практика, перифраз служить засобом формування думки реципієнтів (найчастіше негативного забарвлення).

Перифрази політичного дискурсу – це один із вдалих способів образного обґрунтування суспільно-політичного життя, яке складно пояснити одним словом. Медіа використовують перифрази для увиразнення мови, вироблення авторського стилю, надання матеріалом експресивності, а також як засіб впливу на реципієнта.

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

КОНВЕРГЕНЦІЯ МАС-МЕДІА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Медіаконвергенція (від англ. media — засоби, способи і лат. convergo — сходжусь, наближаюсь) – це процес злиття засобів масової інформації та комунікації в єдиний інформаційний ресурс. Інакше кажучи, це розповсюдження одного і того ж інформаційного продукту за допомогою різних засобів комунікації.

Перший етап конвергенції в мас-медіа характеризується стрімким розвитком інформаційно-комунікативних технологій та появою телебачення, яке увібрало певні можливості друкованої преси, радіо та кіно. Згодом винайдення Інтернет призвело до асиміляції в ньому різних рис телебачення, друкованих видань, радіо та кінематографа, що стало другим етапом медіаконвергенції. З'являються інтернет-версії друкованої преси, онлайн радіо і телебачення. Виникають нові інтерактивні медіа. Коментування та блоги – це один із проявів медіаконвергенції, де присутній двосторонній процес обміну інформацією.

Деякі ЗМІ стикаються з проблемою адаптації до нових умов подачі інформації. Нові медіа все більше користуються попитом і витісняють на ринку старі ЗМІ, існування яких залежить від здатності знаходити нові способи надавати послуги, які буде оплачувати споживач. Також однією з проблем інтернет-публікацій є недостовірність інформації. Сьогодні багато ЗМІ вишукують на різних соціальних сайтах унікальні новини і суспільно важливі інформаційні приводи. Але не завжди інформація, опублікована в мережі, відповідає дійсності. Псевдожурналісти штучно створюють шокуючі новини задля рейтингу. Або ж просто публікують чужі роботи під своїми іменами. За умов медіаконвергенції гостро постає проблема захисту авторського права в сфері веб-журналістики.

Перспективи конвергованих мас-медіа полягають у тому, що трансляція інформації здійснюється в режимі реального часу за допомогою мережі Інтернет, також забезпечується прийом та передача її в усі куточки світу, що приваблює мільйони користувачів. В майбутньому медіа набудуть зовсім іншої форми разом із технічним прогресом. Друковані ЗМІ, радіо і телебачення частково залишаться. Але в основному вони трансформуються в цифрову форму шляхом дигіталізації.

Основною задачею конвергованих засобів масової комунікації є створення нових шляхів продажу інформації. Відбувається так звана трансформація інформації в іншу форму без зміни змісту та передача її споживачеві за допомогою технологічних винаходів. Інтегрованість конвергованих медіа направлена на конкретного користувача, що дозволяє йому поєднувати різні ролі та функції, ставати редактором або навіть творцем нового інформаційного продукту.

Науковий керівник – Лук'яничук С.О., ст. викладач

УДК 070:316. 75 (043. 2)

Павленко Ю.В.

*Національний авіаційний університет, Київ***АНТИЦІННОСТІ, ТИРАЖОВАНІ СУЧАСНИМИ ЗМІ, ЩО ЗАВАЖАЮТЬ
ФОРМУВАННЮ ДЕРЖАВНОЇ ІДЕОЛОГІЇ**

У сучасному суспільстві досить ефективно функціонує соціальна машина маніпуляції суспільною свідомістю, що становить собою набір технологій панування, одним з істотних елементів яких є ЗМІ. Негативні аксіологічні функції ЗМІ, особливо електронних мас-медіа, виявляються в тому, що останні займають командні висоти в масовій культурі, використовують маніпулятивну семантику і риторичку, технології руйнування свідомості і конструювання специфічної, реальності, впроваджуючи у свідомість індивіда і соціальних груп віртуальну реальність, якій нічого не відповідає в об'єктивній соціальній дійсності.

Насамперед, одним із таких негативних аксіологічних наслідків впливу сучасних інформаційних технологій, що використовуються у ЗМІ, на свідомість людини є формування безвілля і безвідповідальності. Приховане проживання індивідуальною свідомістю неповної реальності, сконструйованої для нього, призводить до виникнення специфічного «полегшеного» типу поведінки, незалежно один від одного відкритого і докладно дослідженого низкою серйозних письменників розвинених країн.

Іншим негативним аксіологічним наслідком впливу сучасних електронних мас-медіа на свідомість людини (і цілих соціальних груп) є втрата почуття реальності навколишнього світу, втрати орієнтації у складних реаліях сучасного суспільства. «Вчені думають про історичний розвиток віртуальності, появу нового виміру соціо-економічної реальності. Комп'ютерно-комунікаційні мережі тягнуть за собою наслідки для суб'єктів теоретизування. Здійснюючи, наприклад, керування системою сучасного світового мультинаціонального господарства, індивід не має в своєму розпорядженні сьогодні адекватного апарату сприйняття, пізнання, інтеріоризації гіперпростору. Аналог сучасної ситуації в пізнанні – криза евклідової геометрії ... Гіперпростір – історична соціально-економічна реальність» - пише Романовський Н. В. у своїй роботі «Інтерфейси соціології та кіберпростору».

Звідси випливає проблемний характер істинності пізнання в умовах віртуалізації.

Адже завдяки концентрованому впливу інформаційних технологій, що використовуються мас-медіа, окрема людина практично неминуче втрачає об'єктивізований критерій істини. Річ у тім, що доступна йому практика, яка виступає як критерій істинності його уявлень про навколишній світ, має вже не матеріальний, а інформаційний, «віртуальний» характер. Останній задається уявленнями, що панують в тих чи інших соціальних групах і створюваному ЗМІ «медіа-просторі». Значення тієї чи іншої події визначається тепер не його реальними наслідками, а передусім пануючими в соціальній групі і «медіа-просторі» думками і сприйняттями.

Науковий керівник - Рижко О. М., канд. філол. наук, доцент

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАПИТАНЬ У ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ ІНТЕРВ'Ю

Інтерв'ю – найпоширеніший метод отримання інформації, який застосовується журналістами у всіх країнах світу. Американські дослідники підрахували, що інтерв'ю поглинає від 80 до 90% їх робочого часу.

Повнота і об'єктивність отриманої інформації залежить від декількох умов і факторів. По-перше, від того як сформульоване запитання і на що зроблено акценти. Адаже інтерв'юер може отримати як однозначну відповідь “так” або “ні” так і розгорнуту, відкриту. Відповідно, вміння поставити питання, щоб на нього була отримана пряма, повна і об'єктивна відповідь, – друга умова цього мистецтва. Третій фактор, що впливає на результат інтерв'ю – уважне ставлення до співрозмовника з усіма його (її) людськими недоліками (страх, невпевненість). Як показує практика, більшість людей не стільки бояться процесу інтерв'ю, скільки не хочуть бути виставленими в непривабливому світлі. До кожної людини потрібен свій, індивідуальний підхід.

Журналіст у своєму інтерв'ю може використовувати відкриті і закриті питання. Відкрите питання називає для інтерв'ю тему або предмет, а далі співрозмовник вільний структурувати відповідь на свій розсуд.

У закритому питанні може бути половина відповіді, так що опитуваний може вибрати висловлювання, що найбільше відповідає його позиції. Закриті питання широко використовуються в масовому опитуванні. У журналістиці вони застосовуються в тому випадку, якщо співрозмовнику важко висловити свою думку.

Найпоширенішою "хворобою" інтерв'ю є статичність запитань. Очевидно, вона походить від відсутності в журналіста творчого запалу. Часто вживане "які ваші плани на майбутнє?" є надто абстрактним і пасивним, щоб розкрити сутність героя, зацікавити ним аудиторію.

Дедалі актуальнішою для сучасного інтерв'ю стає проблема запитальної провокативності. У журналістському середовищі нерідко виникають диспути: чи коректно ставити "незручне" запитання? Однак інформаційна практика однозначно стоїть на боці провокативності. Проблема провокативності можна пом'якшити насамперед завдяки стилістичним вкрапленням у запитання на зразок: "Даруйте, але мушу запитати про неприємне...". Тут доцільні натяки, використання асоціацій, іронії тощо.

Отже, інтерв'ю журналіста із співрозмовником це розмова двох людей не просто для обміну відомостями, а з метою створення нового інформаційного продукту. Ефективність інтерв'ю залежить від змісту запитання.

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

УДК 070:004:316.77(043.2)

Тіщенко А.О.

*Національний авіаційний університет, Київ***ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ ЯК ЗАСІБ ВДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Спілкування журналіста з аудиторією – невід’ємний процес успішної діяльності. Друковані видання, телебачення та радіомережі зазвичай працюють за схемою «журналіст – аудиторія», але надзвичайно важливо, щоб зв’язок був двостороннім: «журналіст – аудиторія – журналіст». Такий зв’язок значно підвищує дієвість журналістських матеріалів.

Завдяки форумам і місцям для коментаріїв, інтернет-видання мають змогу зробити кращий моніторинг читацької аудиторії. Проблема полягає у тому, чи можна дійсно опиратися на відгуки читачів інтернет-видання, зважаючи на доступність глобальної мережі людям різного віку, соціального статусу тощо.

Розробкою теоретичних та методологічних засад дослідження інтернету як засобу соціальної комунікації займалися науковці-соціологи: М.Сидоров, Г. Кашуба, Ю. Краснокутська. Інтернет-видання вивчалися досить поверхнево та несуттєво у чому і полягає новизна роботи. Проаналізовано інтернет-видання та активність читачів, що визначило їх дієвість з боку соціальної комунікації журналіста з аудиторією.

Для вирішення проблеми проаналізовано сучасні популярні інтернет-видання: «Дзеркало тижня», «Тиждень.ua» за 01.12.12, «Україна Молода» за 30.11.2012.

Із тринадцяти статей видання «Дзеркало тижня» за 01.12.12 лише до однієї новини («Янукович готовий звільнити глав семи областей і Севастополя») не залишено жодного відгуку користувачів. Цікавості не визвала новина, яка стосується окремого міста, адже інші написані для ширшої аудиторії в контексті України. До журналу «Тиждень.ua» коментарі і враження від прочитаного матеріалу ви можна надіслати за допомогою системи зворотнього зв’язку. Така форма зручна, тому що не тільки не має витрат на пошту, не займає час, а й гарантує анонімність читачеві. Аудиторія з різними переконаннями не матиме змоги некоректно висловлюватися, як це відбувається з коментуванням.

«Україна Молода» у свою чергу також має посилання для коментарів, але воно не працює. Тобто, якщо читач має бажання оприлюднити свої думки щодо матеріалу, він не має змоги.

В процесі наукового дослідження було виявлено, що інтернет-видання, на відміну від друкованої преси мають можливість детальніше вивчати читацьку аудиторію. Для досягнення цієї мети, доцільно використовувати електронні форми зворотнього зв’язку.

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

УДК 070.481 (477.61)

Чмихало К. О.

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Луганськ

ВИСВІТЛЕННЯ КОЛЕКТИВІЗАЦІЇ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ПРАВДА»

Наполегливе впровадження авторитарної ідеології сприяло тому, що вона проникала в усі сфери не лише економічного, а й духовного життя суспільства, у тому числі й у журналістику. Вона виявилася повністю підпорядкованою адміністративно-командній системі. Центральні ЗМІ виступають головною пропагандистською зброєю та диктують місцевій журналістиці безапеляційні заходи у просторі інформаційного впливу на населення. Об'єкт дослідження – газета «Правда», як всесоюзне видання з найвищим накладом у 20-ті – 30-ті рр.. ХХ ст. в СРСР. Предмет – висвітлення проблеми колективізації на сторінках газети «Правда».

За виконання 1-го п'ятирічного плану, розгортається запекла боротьба і це стає повсякденною справою не лише для народу, а й для ЗМІ. Надаючи цьому першочергового значення, «Правда» від 1 червня 1929 р писала: «Для кожної газети, від «Правди» до сільської стінної газети, п'ятирічка тепер є стрижнем роботи». Перед журналістами ставили чітку ціль: використовувати інформаційний простір, заманити селян до державних колгоспів і показати на прикладах, що буде з тими, хто незгоден. ЗМІ були перетворені на механізми і гвинтики для успішної політики комуністичної партії. Тим часом Сталін, усупереч своїм попереднім указівкам, бере на себе місію виступити у пресі з критикою, де знаходить місце для нездорових і, навіть, злочинних явищ у галузі колективізації. Так, 2 березня 1930 р. «Правда» опублікувала статтю Сталіна «Запаморочення від успіхів» (потім стаття була випущена окремою брошурою), у якій були розкриті причини помилок в колективізації, внаслідок чого приймається постанова про боротьбу з недоліками організації колгоспного руху. Але про провину керівника країни в допущених перегибах він не написав жодного слова. Проте, з'явилися деякі ознаки перебудови у висвітленні питань колективізації. Так, «Правда» започатковує рубрику «Рішуче припинити перегиби у відношенні середняка». Однак нова хвиля розкуркулення, що прокотилася по країні через кілька місяців, знову відроджує всі негативні тенденції в діяльності журналістики, пов'язані з колективізацією. Переслідувались і заарештовувались журналісти, редактори і кореспонденти які мали хоч би мале відношення до опозиційних виступів. ЗМІ стають повністю підпорядковані тоталітаризму, яке утвердилося як форма найвищого державного управління. Гніт відчули всі так чітко, що період розкуркулення був початком «залізного кулака» пропагандою якого стали ЗМІ від центральних до маленьких стінних газет.

Отже, застосовувались газетами і радіо форми організації та залучення трудящих до економічного будівництва, розвитку багатонаціональної радянської культури внесли свій внесок у підйом народного господарства, в ідейно-патріотичне виховання мас.

Науковий керівник – Неврузова Г. М., асистент

УДК 32.019.51:070:654.19(043.2)

Шевчук Н.О.

Національний авіаційний університет, Київ

ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПРОТИБОРСТВО ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Інформаційне протиборство є супутником міждержавного спілкування, яке спрямоване на покращення власного іміджу й дискредитації протилежної сторони. Інформаційна війна, найвищим ступенем якої є інформаційне протиборство (ІП), спрямована на розв'язання суспільно-політичних, ідеологічних, а також національних, територіальних та інших конфліктів між державами.

Для глибшого розуміння поняття ІП проаналізовано газову війну між Україною та Росією, висвітлену у ЗМІ.

Розробкою теоретичних і методологічних засад дослідження газової інформаційної війни займалися вітчизняні науковці М.Гончар, М.Перевертень, А. Токарев, а також закордонні фахівці, зокрема француз Марк-Антуан Ейль-Мазег. Мета даної роботи – зосередитися на певному аспекті цієї проблематики, а саме на перебігу інформаційної війни з 2010 по 2013 рр. Це питання є малодослідженим і актуальним з огляду на вплив на зовнішню політику України та на загальний імідж нашої держави у світі.

Для досягнення поставленої мети в роботі проаналізовано матеріали сучасних ЗМІ, таких як російська загальнонаціональна щоденна газета «Известия», українське інформаційне агентство УНІАН і ряду інших джерел. У знайдених об'єктах дослідження було розкрито суть інформаційної війни між Україною і Росією. Це протистояння носить політичний характер, тягнеться протягом восьми років із загостреннями у 2006 і 2009 рр.. Україна не веде інформаційної війни, а лише відбиває атаки Росії, яка за допомогою ЗМІ як пропагандистського апарату компрометує нашу державу перед країнами ЄС про що свідчить наступне: *«Понятно, что Янукович решает прежде всего насущные проблемы – такие как долг в \$7 млрд за газ, который Украина не закупила в 2012 году (нарушив, таким образом, принцип «Газпрома» «бери и плати»)»*. На що повідомляє ТСН: *«На сьогодні багато європейських клієнтів «Газпрому» беруть газу стільки, скільки їм потрібно. При цьому за недобір ніхто не платить навіть при системі «бери або плати»»*. Як повідомляє УНІАН: *«Ми говоримо: постачайте нам газ на таких же умовах, як усім своїм партнерам. А то зараз знизили ціни на газ для Туреччини. Що б ви уявляли, ми купуємо газ по 550 доларів за тисячу кубометрів, а турки - по 190»*, - заявив прем'єр-міністр Микола Азаров в інтерв'ю Володимиру Познеру в його програмі «Познер» на російському Першому каналі.

Отже, спостерігається мета Росії змінити зовнішньополітичний курс України. Проблеми енергетичної співпраці України та Російської Федерації не мають одностороннього розв'язання. Тому обидві держави повинні будувати взаємовигідні відносини.

Науковий керівник - Козачок Я.В., д-р. філол. наук, професор