

Стосовно інтернет-середовища, то його необхідно відтворювати навколо будь-якого освітнього простору для максимального задоволення пізнавальних і соціокультурних потреб сучасних студентів. Створення паралельного інтернет-простору буде сприяти подоланню відчуження між викладачами, адміністрацією, студентами, допоможе своєчасно реагувати на запити та інтереси всіх суб'єктів освітнього процесу.

Крім цього в он-лайн середовищі можливий облік індивідуальних властивостей особистості, особливостей соціального і культурного контекстів, складності внутрішнього світу, а також створення умов для відповідального і усвідомленого самостійного вибору. Розширення освітнього простору університету віртуальним середовищем також допоможе залучити найбільшу кількість студентів в процеси, що відбуваються в навчальному закладі, як мінімум спростивши інформування про заходи, реалізовані проекти, оцінки, максимум – залучаючи в них самих студентів за допомогою найзвичніших для них

каналів. Зрозуміло, що університет, який розширив свій освітній простір в мережу Інтернет має більше можливостей для входження в загальноосвітній освітній простір, що важливо в умовах глобалізації. Такий крок сприятиме розвитку наукового спілкування з представниками інших університетів, крос-культурній взаємодії, обміну досвідом, відповідно, реалізації концепції відкритої освіти.

Безумовно, сучасні студенти вже використовують можливості Інтернету для освітніх і соціокультурних потреб, створюючи групи за інтересами, он-лайн обговорення та проводячи дистанційні заняття. Однак, незважаючи на те, що об'єднуючим фактором виступає університет, студентами використовуються зовсім інші платформи; виходить, ефективний ресурс вислизає від уваги і не приносить ні студентам, ні університету максимально можливого профіту. Отже, віртуалізація вищої освіти сприймається студентами як логічний і природний процеси, які оптимізують процес навчання.

Література

1. Кирилова Н. А. Ценностные ориентации в структуре интегральной индивидуальности старших школьников / Н. А. Кирилова // Вопросы психологии. – 2000. – № 4. – С. 28–33.
2. Сапа А. В. Поколение Z — поколение эпохи ФГОС / А. В. Сапа // Практика административной работы в школе. – 2014. – № 5. – С. 32–38.

УДК 17.021

РЕПУТАЦІЙНИЙ КАПІТАЛ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ УКРАЇНИ

Корнієнко В.О. – д. політ. н., професор; Буряченко О.В. – пошукач.

Вінницький національний технічний університет

Репутація є важливою характеристикою як особистості так і організації. У тлумачному словникові С. Ожеговай Н. Шведова подається визначення репутації як «придбана кимось-чимось громадська оцінка, спільна думка про якість, достоїнства і недоліки кого-чого-небудь» [1, с. 666]. Репутація є категорією суто раціональною, яка формується на основі досвіду взаємодії цільових груп з організацією, на доказових аргументах, усвідомленому зіставленні або на оцінках авторитетних експертів.

Стосовно організації, то репутацію частіше відносять до економічних суб'єктів діяльності: різноманітних фірм, господарських корпорацій, банків, тощо. В цілому репутація пов'язана з уявленнями окремих громадян і соціальних груп щодо якості обслуговування та поведінки цих суб'єктів на ринку. В нашому випадку ми ставимо за мету визначити — наскільки розуміння репутації стосується

політичних партій і які саме конкретні чинники утворюють їх так званий «репутаційний капітал». Чи можна на них переносити ті ж категорії, які застосовуються щодо інших юридичних осіб?

Розкриваючи поставлені питання, слід, насамперед, взяти до уваги, що в сучасній політичній науці не існує чіткого і загально визнаного визначення категорії «репутаційний капітал» політичної партії. Під репутаційним капіталом, як представляється, слід розуміти суму нематеріальних активів, зовнішніх (імідж) і внутрішніх характеристик політичної організації, що носять стратегічний характер, здатних збільшувати її силу і значимість як для суспільства так і його політичної системи. Отже, аналізуючи чинники, що сприяють збільшенню репутаційного капіталу політичної партії, слід звернути увагу на таке.

По-перше, варто пам'ятати, що репутація

не може бути кращою за конкретну діяльність політичної партії. А якщо й може, то недовго — рівно до тих пір, доки суспільство не зіткнеться з реальною діяльністю конкретних партій.

По-друге, репутація політичної партії формується тільки з часом, а від короткострокових інструментів, скажімо, інтенсивної рекламної кампанії, репутаційного менеджменту немає ніякої користі. Як показують численні дослідження і практичні приклади — сформувати або змінити ставлення до політичної партії на відрізок часу менше півроку, а то й року — неможливо. Адже для того, щоб суспільство оцінило, приміром, виборчі обіцянки конкретної партії й зіставило їх із справами, потрібен час. А без такого зіставлення репутація не зможе сформуватися. Зрозуміло, що ми краще знаємо політичні партії, які мають давню історію, частіше з'являються в засобах масової інформації і беруть участь на виборах, і нічого не знаємо, а, отже, не можемо судити про репутацію тих партій, які недавно створені і жодним чином не проявили себе. Про них знають тільки реєструючі органи, й то не завжди можуть їх відрізнити одне від одного, а суспільство іноді тільки здогадується про існування певних політичних партій. Так, парадоксальним чином у період 2014-2015рр., громадяни обрали до Парламенту партії, які взагалі фактично ще не існували, свого роду «протопартії», які отримали представництво у Верховній Раді, не маючи взагалі членської бази та організаційної структури [2, с. 257].

По-третє, однією з перешкод на шляху до побудови системи управління репутацією є відсутність однозначності в термінології. Безліч складнощів виникає через помилкове змішування понять «репутація» й «імідж» політичної партії [3]. Перш ніж створювати репутацію об'єкта, необхідно його наявність, присутність його образу в суспільній свідомості. Однак дослідження політичних партій показують, що як на раціональному, так і на ірраціональному рівні громадяни України в більшості своїй не мають когнітивно чітких образів політичних партій і навіть напередодні виборів не надають особливого значення місцю і їх ролі в сучасній Україні [2, с. 257]. Тому політичні партії, в свою чергу, виступаючи в якості торговельних марок, орієнтуються на запозичення електоральної привабливості інших, більш успішних політичних брендів (таких, як популярні політики, артисти, спортсмени). Останні здатні оживити інтерес до відповідних партій, наділяючи їх власною привабливістю, але навряд чи сприяють радикальному підвищенню

їх репутації.

По-четверте, репутація складається вже в процесі позиціонування іміджевого об'єкта в тій чи іншій системі координат, в тому чи іншому контексті. Управління репутацією — це вторинний процес. Репутацію не можна контролювати, можна лише намагатися нею управляти, якщо вона є. Управління репутацією — найважливіша передумова успіху партії, оскільки її позитивна репутація є свідченням того, що політична партія має певні значущі якості та здібності, що дозволяють їй успішно вести конкурентну боротьбу між іншими політичними партіями на електоральному полі. Однак можлива і примусова «пожежна» корекція репутації, яка може бути пов'язана із необхідністю виходу з кризи, що переживає політична партія в силу найрізноманітніших — залежних і не залежних від неї самої — причин.

По-п'яте, репутація багато в чому залежить від ступеня інформованості громадян про діяльність тієї чи іншої політичної партії і, насамперед, щодо виконання ними передвиборчих обіцянок. Як показують соціологічні дослідження, політичні партії й їх представники, нажаль, не виконують і половини передвиборчих обіцянок, що негативно корегує їх репутацію.

По-шосте, суттєвий вплив на репутацію політичної партії має наявність чи відсутність в неї політичної ідеології, як системи цінностей. Власне, ціннісні орієнтації, ідеологія будь-якої партії складає концептуальну основу її діяльності, як би активно не говорили, що ідеологія втрачає мобілізуючої функції та ключову роль у партійному будівництві. Саме наявність партійної ідеології повинна породжувати міжпартійні дискусії щодо шляхів і ліній суспільно-колективної творчості, визначати основні тренди розвитку самого суспільства, формувати модель майбутнього. Бо ідеологія здатна, на відміну від інших форм суспільної свідомості, що дуже важливо — формувати політичний ідеал суспільного розвитку, якого нам так не вистачає [4, с. 235].

Таким чином, репутаційний капітал політичної партії — це відображення в суспільній свідомості або думці сукупність якостей, властивостей організації, що діє в інтересах певної групи населення або його більшості, з метою формування і вираження політичної волі громадян, які беруть участь у політичних акціях, виборах, який конкурує з іншими партіями при формуванні органів державної влади і місцевого самоврядування.

Література

1. Толковый словарь русского языка: [Текст] : 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова ; Рос. акад. наук, Ин-т рус. языка им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., доп. — М. : Азбуковник, 2002. — 944 с.
2. Корнієнко В. О. Партийна ідеологія: система цінностей, або синдром «суспільної кататонії»? [Текст] / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк, О. В. Буряченко // Гілея : збірник наукових праць [гол. ред. В. М. Вашкевич]. — К. : ВІР УАН, 2017. — Вип. 117. — С. 253–269.
3. Денисюк С. Г. «Персоніфікація» vs «репутація» у політичному контексті математичного моделювання виборчих переваг [Текст] / С. Г. Денисюк, В. О. Корнієнко, А. В. Слободянюк // European Political And law Discourse. — 2016. — Vol. 3, iss. 2. — P. 165–171.
4. Корнієнко В. О. Ідеал політичний [Текст] / В. О. Корнієнко // Політологія: навчальний енциклопедичний довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. д-ра політ. наук Н. Н. Хоми, В. М. Денисенко, О. М. Сорба [та ін.]. — Львів: «Новий Світ–2000», 2014. — С. 234–235.

УДК 342.951

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІГРАЦІЙНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ В СВІТЛІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Гіжевський В.К. – к.ю.н., професор
Університет економіки і права «КРОК»

Протягом 2015-2016 та початку 2017 років питання міграції, як ніколи, гостро стоять на порядку денному в окремих країнах, міжнародних організаціях та ЗМІ. Про актуальність дослідження міжнародного досвіду правової регламентації міграційних процесів свідчать неоднозначність поглядів на визначення пріоритетів у проведенні міграційної політики кожної країни. Як приклад, сучасна агресивна міграційна політика Д. Трампа відносно семи мусульманських країн (але рано чи пізно США можуть направити її проти України). Або, навпаки, Уряд Польщі сьогодні вносить зміни у міграційне законодавство, зокрема, щодо заохочення молодих українців до отримання документів на постійне проживання й польське громадянство, з метою вирішення власних демографічних та проблем нестачі працівників у різних галузях народного господарства. Через різке збільшення кількості мігрантів в літературі навіть з'явилися нові терміни «міграційна катастрофа», «європейська міграційна криза».

Головною тенденцією світових міграційних процесів на нинішньому етапі є зростання обсягів і швидкості переміщень населення. Тож вироблення дієвої міграційної політики для України - це нагальна потреба, адже, по-перше, через нашу країну проходять міграційні шляхи, а її територія використовується для транзитного переміщення й тимчасового перебування трудової та незаконної міграції. По-друге, Україна входить у десятку країн світу з найбільшою кількістю внутрішніх мігрантів (ВПО), які отримали такий статус через збройний конфлікт та насилля.

Сучасне міграційне законодавство можна вважати сформованим – міграційні процеси в

Україні регулює Конституція України [1]. Відповідно до ст. 33 Конституції [1], особі, яка на законних підставах перебуває на території України, гарантуються права на свободу пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, а для громадян України, що перебувають за кордоном, - право повертатися в країну. Отже, Конституція України закріплює основні принципи щодо міграції та здійснення реєстрації фізичних осіб, а також окреслює правове поле для нормативних актів, у яких мають конкретизуватися права та свободи громадян, іноземців та осіб без громадянства тощо.

Національна нормативно-правова база регулювання міграційних процесів сформована також низкою основних міграційних законів, серед яких важливе місце посідають Закони України «Про імміграцію», «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства в Україні», «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту», «Про свободу пересування та вільний вибір місця проживання в Україні», «Про громадянство» та ін. [2-5].

Внаслідок анексії Росією АР Крим та втрати Україною контролю над частиною території Донецької та Луганської областей в Україні з'явилися великі потоки людей, які були змушені залишити місце свого постійного проживання і переселитись до інших регіонів України. Отже, виникла потреба не тільки у спеціальному регулюванні внутрішніх міграційних потоків, але і у забезпеченні реалізації гарантованих Конституцією України, прав і свобод громадян України, що стали внутрішньо переміщеними особами. Тому