

Томашевська К., доктор соціальних наук, Медичний центр в Ярославі, Bronislaw Markiewicz державна вища школа технології та економіки в Ярославі (Польща), tomka8@wp.pl

Клюс А., доктор соціальних наук, Bronislaw Markiewicz державна вища школа технології та економіки в Ярославі (Польща)

Вплив демографічних причин на необхідність соціальної роботи

Зростаюче усвідомлення динаміки і неминучості старіння населення стало основною причиною розвитку дій в області політики вищої ланки. Воно адресовано декільком цільовим групам і не обмежується самими людьми похилого віку. Фактично, співпраця з усім суспільством має вирішальне значення, особливо без пропуску дітей і молоді, оскільки сам процес підготовки до старості набуває значення. Тому з цього факту випливають високі і різноманітні вимоги, особливо до професіоналів, які займаються створенням соціального життєвого простору для літніх людей – сьогодні і в майбутньому. У статті показана важливість соціальної роботи з людьми похилого віку, її вплив на активне і незалежне функціонування літніх людей в сучасному суспільстві.

Ключові слова: соціальна робота, соціальний працівник, літні люди.

* * *

УДК 32.001

Білоус Ю. В.,
аспірантка кафедри політичних наук
філософського факультету, Київський
національний університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), u.v.bilous@ukr.net

ЗОВНІШНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА

Розглянуто зовнішні характеристики формування іміджу політичного діяча, а також проаналізовано їх значення у сприйнятті іміджу політичного лідера. Визначено, що зовнішні характеристики відіграють значну роль при формуванні першого враження та у сприйнятті іміджу політичного лідера в цілому. Охарактеризовано основні компоненти зовнішніх характеристик політичного іміджу, а саме зовнішність, одяг, міміка і пантоміміка та мова. Встановлено, що на обличчі, в першу чергу, вирізняється волосся (зачіска), потім – чоло, брови, очі, ніс, губи і підборіддя. У великій мірі для ідентифікації політика також слугує одяг. Стиль одягу покликаний підкреслити візуальний образ політичного діяча та наблизити його до певних груп населення. Також істотну роль відіграє і невербальна інформація, яка передається через жести та міміку. Надзвичайно сильний вплив на людей здійснюється через цілеспрямовану переконуючу мову та риторичку. Саме маніпуляція цими параметрами формує імідж політичного діяча.

Ключові слова: імідж, політичний імідж, зовнішні характеристики формування іміджу політичного діяча.

Питання побудови та формування політичного іміджу сьогодні постає одним з найактуальніших. Це пов'язано з тим, що на сучасному етапі розвитку суспільства спостерігається персоналізація політичних процесів. Величезний вплив на настрої в суспільстві, формування та функціонування політичної системи має саме імідж політичного діяча.

Особливого значення політичний імідж набуває під час виборчого процесу. Часто виборці приймають рішення щодо кандидатів не стільки опираючись на реальні знання про нього і його програму, скільки орієнтуючись на образ цього політика, що існує в суспільній свідомості.

При створенні та оцінці іміджу політика враховується цілий комплекс важливих характеристик. Проте першопочатковими та найголовнішими серед них постають саме характеристики особистості політика – зовнішні риси, лідерські та моральні якості, харизма, уміння впливати на людей тощо.

Теоретичне осмислення як іміджу в цілому, так і політичного іміджу зокрема, здійснюється в межах

низки наук: іміджіології, політології, соціології, психології, філософії тощо. Серед дослідників з цієї тематики варто відзначити таких зарубіжних і вітчизняних авторів як А. Акайомова, В. Бебик, С. Сторова–Гантман, В. Кривошеїн, Д. Ольшанський, А. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель.

Сукупність особистісних рис і якостей як основа психологічного образу політичного лідера досліджують Л. Московічева, О. Красильникова, Д. Левчик, С. Ципко, О. Шевченко, О. Пономарьов.

Метою статті є виокремлення зовнішніх характеристик формування іміджу політичного діяча та аналіз їх значення у сприйнятті іміджу політичного лідера.

Для процесу формування іміджу важливе значення має чітка структуризація та виділення компонентів іміджу, що дозволяє зрозуміти його природу та створити ефективний політичний імідж.

Політичний імідж складають ціла низка компонентів, які в цілому створюються єдиний образ. Традиційними моментами, на яких акцентують увагу дослідники і з якими отожднюється імідж політика, найчастіше є: зовнішність, манера говорити, поведінковий малюнок, біографічний фактор.

Зовнішні характеристики відіграють значну роль при формуванні першого враження та у сприйнятті іміджу політичного лідера в цілому.

Люди формують свою думку, в першу чергу, на підставі інформації безпосередньо про особистість політика – його зовнішність, характер, походження. Існують певні особистісні характеристики, що окреслюють його з оточення (енергія, розум та характер). Вперше про ці характеристики заявив Е. Богаруус [2].

На думку багатьох науковців, існує три групи складових іміджу політичного лідера. Персональні характеристики: фізичні, психофізіологічні особливості, характер, тип особистості, індивідуальний стиль прийняття рішень тощо. Соціальні характеристики: належність до певної соціальної групи – партії, національності, професійної групи, соціальний статус. Символічні характеристики: лідери стають знаками певних ідеологій, того чи іншого можливого майбутнього, певного курсу дій [7, с. 30].

На думку П. Фролова, у змістовному плані в іміджі можна виділити: а) особистісні риси політика; б) тип його політичної орієнтації; в) його місце в інститутах влади чи неформальних утвореннях (президент, парламентарій, кумир юрби) [8, с. 88].

Ю. Зущик вважає, що змістовний зріз структури іміджу містить такі елементи: а) ідеологічний тип («політичне обличчя», «політичне забарвлення», та ін.); б) особисті риси (реальні чи «награні»); в) соціальні ролі («соціальний статус», «соціальне походження» та ін.); г) «прізвисько», «псевдонім» лідера [3, с. 142]. Він також наголошує, що функціональний зріз включає: мову (зокрема, лексикон); зовнішню атрибутику (одяг, зачіску, окуляри, автомобіль та ін.); міміку, пантоміміку, жестикуляцію та інші елементи невербальної поведінки.

Як зазначає В. Ольшанський, серед зовнішніх характеристик необхідно виокремити, в першу чергу, обличчя, зачіска та інші «черепно-лицьові ознаки». Далі – одяг і аксесуари. Після цього – міміка і пантоміма, жести і жестикуляція. Потім – мова (дикція, тембр голосу, темп і особливості мовлення, притаманність своєрідних оборотів, прислів'їв, афоризмів) [Див. 6].

Саме в перші секунди із зовнішнього сприйняття особи формується загальне враження – позитивне або негативне ставлення. Переважно люди «хапаються» за «перше враження». Різні психологічні експерименти довели, що «перше враження» складається за декілька секунд, в той час як на те, щоб змінити його необхідні будуть роки.

Розглянемо основні зовнішні компоненти іміджу політичного діяча.

Ще давньогрецькі філософи особливу увагу звертали на *черепно–лицьові ознаки*. Дійсно, обличчя є найбільш інформативним компонентом з точки зору побутового, повсякденного сприйняття людини. Багато людей схильні робити висновки про людину, базуючись саме на враженнях про її зовнішність.

Різні психологічні дослідження доводять, що привабливих обирають частіше, ніж непривабливих, і, взагалі, гарні люди досягають більшого успіху в житті. Фахівці також звертають увагу на такий феномен, як стереотип фізичної привабливості, який полягає в тому, що гарних людей наділяють позитивними рисами характеру [Див. 3]. Ідеального політичного лідера, за дослідженнями О. Вознесенської, виборці описують так: чоловік, представницький, підтягнутий, чисто виголений, в діловому одязі [1, с. 18].

Як зазначає В. Ольшанський, якщо мова йде про упізнавання, то шляхом психологічних експериментів було встановлено, що на обличчі, в першу чергу, вирізняється волосся (зачіска). Потім – чоло, брови, очі, ніс, губи і підборіддя. Однак, це стосується саме упізнавання. Тому, якщо політичний діяч хоче, щоб його завжди упізнавали, то він не повинен змінювати зачіску [Див. 6].

Якщо ж мова йде про визначення ставлення до політика, то, вважає автор, послідовність визначальних характеристик дещо змінюється.

Так, у сприйнятті емоційного стану політика за виразом обличчя найбільш важливими виявились губи. Саме тому головне, що необхідно політичному діячу – посміхатися.

Далі – чоло і зачіска.

Загальновідома роль зачіски в політичному іміджі Юлії Тимошенко. Її славнозвісна коса жінки–берегині, жінки–українки – усвідомлений інструмент політичної маніпуляції, який став трендом навіть поза межами України. Саме завдяки зачісці впізнаваність Тимошенко вища, ніж у будь-якого іншого політика. Заплетену косу політика можна сміливо назвати її головною іміджевою характеристикою.

Зовнішній вигляд волосся Тимошенко настільки символічний, що експериментуючи з зачіскою – то заплітаючи чи розплітаючи свою фірмову косу – Тимошенко завжди «анонсує» які–небудь зміни в українському політикумі.

Потім – очі. І на завершення – овал обличчя, включаючи вуха та підборіддя. Значну роль у сприйнятті саме підборіддя відіграє ракурс, з якого зазвичай бачать політика люди. В цьому відношенні помітне значення має зріст між тим, кого сприймають і тими, хто сприймає.

Активно використовувався ефект ракурсу Сталіним. На групових фото він завжди вставав на спеціальну лавку для того, щоб виглядати солідніше свого оточення.

Так чи інакше, поєднання різних черепно–лицьових ознак формує певну цілісність – принципово важливий для політика «успішний» зовнішній вигляд.

Крім обличчя, важливу роль відіграють *одяг та аксесуари*. Одяг також у великій мірі слугує для ідентифікації політика. А окремі деталі гардероба стали історичними символами деяких політиків. Наприклад, морський кітель Уїнстона Черчілля, шинель Йосипа Сталіна, яка символізувала аскетизм, військовий стан, постійний самоконтроль. Кепка Володимира Леніна чудово доповнювала образ «свого», близького до народу, простого в спілкуванні, яким він намагався здаватися. Маргарет Тетчер, навіть на посаді прем'єр–міністра, своїм одягом з недорогих магазинів завжди намагалась підкреслити своє походження – вона була донькою дрібного купця, та зв'язок з середнім класом. Також аби пом'якшити імідж занадто «залізної» леді, Тетчер зображали перед громадськістю у повсякденному вбранні, прогулюючись пляжем з собакою.

Гардероб ще однієї «залізної леді» – Ангели Меркель – сміливо можна назвати «одягом влади і сили». Вона дотримується строгості, консервативності і надає перевагу чоловічому стилю – брючні костюми, ділове взуття на низьких підборах, чорний швейцарський годинник чоловічого дизайну. Простий, скромний і практичний діловий одяг, стрижка та мінімум макіяжу – імідж Меркель асоціюється з демократичністю, прагматичністю та економією, мінімізує феміністичні риси і робить акцент на її статусних функціях та обов'язках.

Сорочками з засуканими рукавами і відсутністю краватки іміджмейкери Барака Обама створюють йому образ «свого хлопця», близького до народу.

В українському політикумі періодичну зміну зовнішнього вигляду з частим переодяганням для підігрівання інтересу до власної персони активно використовує Юлія Тимошенко. Її вбрання завжди стає одним з інформаційних приводів і активно обговорюється у ЗМІ та пересічними громадянами. Для підкреслення жіночності та пом'якшення характеру Тимошенко обирає предмети гардеробу з романтичними елементами – бантами, рюшами, мереживом. Під час передвиборчих кампаній на зміну грайливим нарядам приходять більш стриманіші та ділові костюми, спідниці і блузи. Іноді підкреслила серйозність та рішучість своїх намірів Тимошенко може і строгими окулярами.

Кольоровій гаммі свого вбрання політичні діячі також приділяють велике значення. Дональд Трамп, наприклад, віддає перевагу краваткам червоного кольору, який вважається символом влади. Особливу популярність серед політиків користується синя гамма. Синій колір вважається найнадійнішим.

Вибір кольорової гами Ангели Меркель визначається характером заходу і його локалізацією. Відповідно до протоколу офіційних зустрічей Меркель дотримується чорного, синього, сірого або коричневого тонів одягу. Міжнародні офіційні візити Меркель супроводжуються білою, кремовою і зеленою палітрами. В німецькій культурній символіці білий колір асоціюється з незаплямованою репутацією, чесністю і порядністю, а зелений – є символом життя і процвітання. На офіційних внутрішньодержавних заходах Меркель віддає перевагу червоному (урочистість, радість, любов, відданість,

воля, влада), помаранчевому, жовтому (веселощі, радість, свято), блакитному (благородство, спокій) тонам костюмів та аксесуарів.

Юлія Тимошенко, наприклад, з усіх кольорів віддає перевагу білому. Не хestують політичні лідери і патріотичною символікою. Петро Порошенко для особливо знакових подій обирає жовто-блакитну краватку. Леонід Кучма носив костюми синьо-сірої кольорової гами. Його образ говорив, що перед вами – господар заводу. Хустинка в нагрудній кишені Віктора Ющенка підкреслювала імідж президента-естета.

Особливою увагою серед вітчизняних політичних діячів займає вишиванка. Одягаючись у національний дресс-код, політики ще раз наочно прагнуть підкреслити свій патріотизм та повагу до українських традицій.

Для політиків важливим також є особливі аксесуари символічного характеру. Наприклад, вони часто виступають на тлі державного прапора, немов «перетягуючи» на себе його частинку. Поширеними є виступи на фоні пам'ятників, символічних будівель тощо.

Отже, неуввага до одягу – небезпечна. Але і зайва увага до зовнішності може призвести до поганих наслідків. Нерідко негативні емоції викликає надмірна цікавість до своєї зовнішності і гардеробу. Найбільш небезпечною в цьому відношенні є невідповідність між одягом політика та аудиторії.

Таким чином, стиль одягу покликаний підкреслити візуальний образ політичного діяча, наблизити його до певних груп населення, стати більш демократичним.

Наступними компонентами зовнішнього іміджу політичного діяча є *міміка і пантоміміка*. Значна частина інформації передається невербально. Слова співчуття або поздоровлення може миттєво перекреслити інтонація. Контролювати слова, вербальну інформацію дуже легко, набагато гірше – контролювати невербальну. Невербальна мова може іноді висловити (або приховати) навіть більшу інформацію і в більш емоційному вигляді, ніж мова. Якщо ми говоримо не завжди, то рухи здійснюємо постійно, навіть не помічаючи цього. Невербальна інформація може передати справжні думки.

В побудові політичного іміджу необхідно враховувати ту обставину, що вербальна і невербальна інформація часто зчитуються глядачами-слухачами одночасно. Жести, що не підкріплюють сказане політиком, можуть бути витлумачені зовсім не так, як цього хотілося б оратору.

Наприклад, відкрита, добра усмішка, виразна міміка та жести Барака Обама під час своїх виступів створює враження сильного, впевненого в собі лідера. Такі асоціації створюються завдяки правій руці, піднятій вгору та захоплено-шаленому виразу обличчя.

Також істотну роль у політиці відіграють і важливі паравербальні моменти. Хто з ким сидить, хто з ким розмовляє тощо – все це несе додаткові відомості, які стають дуже важливими, особливо при дефіциті публічної інформації.

Під час передвиборчих кампаній політики також активно застосовують паравербальні аспекти комунікації, які базуються на використанні механізму асоціацій людської психіки. Досить поширеним в цьому відношенні є такий прийом як використання політиками авторитету відомих людей, діячів культури, мистецтва, спорту тощо.

Ще одними компонентами зовнішнього іміджу політичного діяча є *мова і риторика*. Вербальний, мовленнєвий вплив на людей взагалі і цілеспрямована переконуюча мова, риторика зокрема, вважаються найбільш сильними методами. Тому вербальним компонентам іміджу завжди приділяється дуже велика увага. Особливе значення надається політичній риторичі як цілеспрямованому впливу на інших людей за допомогою слова.

Ідеальний політик повинен досконало володіти ораторським мистецтвом і бути доступним для розмови із простими людьми.

Канони ораторського мистецтва склалися багато століть тому і сконцентрувалися в десятках томів практики усного виступу. Що стосується політичного аспекту ораторського мистецтва, то добре відомі деякі конкретні правила політичної мови. Наприклад, вважається, що у своїх промовах політик не повинен вживати звороти і вирази «чесно кажучи», «насправді», «скажу щиро» тощо. Це створює враження, що у всіх інших ситуаціях він недостатньо щирий.

Як зазначають В. Корнієнко та С. Денисюк, спілкування політика і аудиторії повинно бути діалогом, причому достатньо інформативним. Звичайно, виступи перед великими аудиторіями суттєво зменшують можливості взаємодії, до того ж повинен бути особливий сплав емоційного і раціонального. Тут більший вплив справляють звичні слова-символи, які викликають певну реакцію. Ними можуть бути слова, системи слів, специфічні способи побудови промов. Думка промовця повинна бути сформульована у вигляді, зручному для цитування, має бути лаконічною, але, разом з тим, здатною володіти увагою слухачів; вона має передавати головну ідею доповіді в зручній для запам'ятовування формі [Див. 5].

Центральним компонентом впливу на інших людей за допомогою слова є переконуюча мова. Величезну роль в іміджі політика відіграють яскраві фрази, образні слова, а також властиві тільки йому словця та вислови. Вони не тільки переконують – вони формують імідж політика, активно сприяючи його запам'ятовуванню і упізнаванню.

Досить згадати улюблене звернення Віктора Ющенка «Любі друзі», «Україна – не Росія» Леоніда Кучми, «Маємо те, що маємо» Леоніда Кравчука.

Яскравим прикладом серед українських політичних діячів в цьому відношенні є Юлія Тимошенко. Вона дуже добре володіє собою, починаючи від правильних слів, закінчуючи жестами і мімікою.

Тимошенко прагне говорити підкреслено тихо і постійно посміхається. Вона завжди тримає рівний тембр голосу і ніколи протягом промови не підвищує і не понижує його. Відомо, що утримування рівного тембру голосу завжди справляє позитивне враження на людину.

Відмінною рисою Тимошенко є її вміння володіти своїм тілом і особливо очима. Вона блискуче використовує маніпулятивні стратегії і відчуття гумору.

У своїх виступах вона майстерно використовує техніку побудови і підтримки відносин взаємної довіри і розуміння між двома або більше людьми. Яскравий приклад, коли вона звертається до народу лагідним голосом і словами «Мої любі». Такі прийоми на підсвідомому рівні створюють позитивний образ.

Початок – найбільш важлива частина в промовах політика. Особливе значення в публічному виступі політика має звернення. Воно виконує інтегруючу функцію, немов би об'єднуючи аудиторію з оратором. Звернення підтримують увагу аудиторії, закріплюють настанову на контакт, повертають втрачену увагу слухачів. Крім того звернення дозволяють фрагментувати текст на змістовні блоки для легшого його розуміння та запам'ятовування.

Політичні лідери часто використовують у своїх текстах протиставлення «я/ми». Використовуючи займенникову конструкцію «ми», лідери ніби об'єднують себе з народом. Часто у промовах наявні також звернення до християнських цінностей, таким чином підкреслюючи власну релігійність.

Також важливу роль у мові політика відіграє гумор. Взагалі, дотепність – істотна риса іміджу.

Отже, підсумовуючи характеристику зовнішніх компонентів іміджу політичного діяча, необхідно підкреслити, що зміна того чи іншого окремого компонента, зазвичай, не дає відразу помітного ефекту. Психологічний образ відомого політика досить стійкий, тому змінити його шляхом простого маніпулювання зовнішністю не так просто. Тут в дію вступають інші чинники іміджу.

Таким чином, у зовнішніх характеристиках іміджу політичного діяча можна виокремити чотири основних компонента: зовнішність, одяг, міміка і пантоміміка та мова. У найпростішому розумінні, саме маніпуляція цими параметрами формує імідж політичного діяча. Тому перед іміджмейкерами постає завдання ефективного поєднання різних компонентів іміджу в єдине ціле і подальше його співставлення з образом «ідеального політика», з яким виборці співставляють реальних політиків.

Список використаних джерел

1. Вознесеньська О. Бестиарні образи ідеальних політиків в уявленні молоді / О. Вознесеньська // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2003. – 230 с.
2. Горбатенко В. Десять уроків політичного лідерства для пострадянських керівників / В. Горбатенко // Політичний менеджмент. – 2006. – Спецвипуск. – С.48–63.
3. Зушук Ю. Ідеологічний тип лексики політичного лідера в структурі політичної психології. – К., 1995. – 142 с.
4. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2009. – 145 с.
5. Майєрс Д. Соціальна психологія / Майєрс Д.; [пер. с англ.]. – СПб.: Прайм–Еврознак, 2004. – 794 с.
6. Ольшанський Д. В., Пеньков В. Ф. Политический консалтинг. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия: теория и практика. – К., 1998. – 392 с.
8. Фролов П. Методичні засоби вивчення іміджу політичних лідерів // Наукові студії з політичної психології. – К., 1995. – С.86–92.

References

1. Voznesenska O. Bestiarni obrazy idealnykh politykiv v uiaivleni molodi / O. Voznesenska // Sotsialno-psykholohichni vymir demokratychnykh peretvoren v Ukraini. – K.: Ukrainyskyi tsentr politychnoho menedzhmentu, 2003. – 230 s.
2. Horbatenko V. Desiat urokyv politychnoho liderstva dlia postradianskykh kermanychiv / V. Horbatenko // Politychnyi menedzhment. – 2006. – Spetsvypusk. – S.48–63.
3. Zushchuk Yu. Ideolohichniy typ leksykonu politychnoho lidera v strukturі politychnoi psykholohii. – K., 1995. – 142 s.

4. Korniienko V. O., Denysuk S. H. Imidzh politychnoho lidera: problemy formuvannia ta praktychnoi realizatsii: Monohrafiia. – Vinnytsia: UNIVERSUM–Vinnytsia, 2009. – 145 s.

5. Majers D. Social'naja psihologija / Majers D.; [per. s angl.]. – SPb.: Prajm–Evroznaк, 2004. – 794 s.

6. Ol'shanskij D. V., Pen'kov V. F. Politicheskij konsalting. – SPb.: Piter, 2005. – 448 s.

7. Pochepcov G. G. Imidzhelogija: teorija i praktika. – K., 1998. – 392 s.

8. Frolov P. Metodichni zasoby vyvchennia imidzhu politychnykh lideriv // Naukovi studii z politychnoi psykholohii. – K., 1995. – S.86–92.

Belous U. V., post-graduate student of the Department of Political Science Philosophy Faculty, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine, Kyiv), u.v.belous@ukr.net

External characteristics of politician image formation

The external characteristics of image formation politician are considered and their significance in the perception of the image of a political leader is analyzed in the article. It has been determined that external characteristics play a significant role in the formation of the first impression and in perceiving the image of the political leader in general. The main components of external characteristic features of the political image, such as appearance, clothing, facial expressions and language are characterized. It is established that first of all the hair (hair style) is distinguished on the face, then – forehead, eyebrows, eyes, nose, lips and chin. Also clothing serves for politician's identification. The style of clothes is intended to emphasize the visual image of a political figure and bring it closer to certain groups of the population. Also non-verbal information transmitted through gestures and facial expressions plays a significant role. Extremely strong influence on people is carried out through purposeful convincing language and rhetoric. The manipulation of these parameters is shaping the image of a political figure.

Keywords: image, political image, external characteristics of politician image formation.

* * *

УДК 323.173

Балацька О. Б.,
кандидат політичних наук, докторант кафедри
політології та правознавства, ДЗ «Луганський
національний університет імені Тараса Шевченка»
(Україна, Старобільськ), balatskaya@ukr.net

ЗБРОЙНИЙ СЕПАРАТИЗМ ЯК ФОРМА ПОЛІТИЧНОГО НАСИЛЛЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ¹

Досліджено сутність, форми і тенденції сучасного сепаратизму. Зазначено, що сепаратизм як політико-правове явище є втіленням невіршеного протиріччя між правом народів на самовизначення і принципом територіальної недоторканності й суверенності держави. Визначено, що сепаратизм як процес територіального відокремлення може набувати різних форм, основною серед яких є сецесія, результатом якої є створення держави або псевдодержавного утворення. Встановлено, що сучасним сепаратистським конфліктам властивий високий рівень інтенсивності політичного насилля та затяжний характер. З'ясовано, що сецесіоністські конфлікти часто призводять до подальшого загострення міждержавного або внутрішньодержавного насилля, результатом якого може стати наступна хвиля сецесії.

Ключові слова: політичне насилля, збройний конфлікт, сепаратизм, сецесія, іредентизм.

Для сучасного світового політичного процесу характерне посилення дезінтеграційних тенденцій. Зокрема, на це вказує значне поширення сепаратистських конфліктів, які зазвичай мають збройний характер. Розповсюдження сепаратистських рухів, особлива роль серед яких належить сецесіонізму, сьогодні набуло глобальних масштабів. Події останніх часів, пов'язані з російською агресією, надзвичайно актуалізували питання сепаратизму для України. Сучасна українська держава зіткнулася з безпрецедентними загрозами й викликами

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Державного фонду фундаментальних досліджень за конкурсним проектом Ф–71.