

15. Zakon o volonterstvu, [Law on Volunteering]. Klasa: 011-01/07-01/47. Urbroj: 1-05-03/1-07-2, Zagreb, 25. svibnja 2007.

Найдич Марина. Волонтерская деятельность как вектор молодежной политики ЕС. В статье рассматривается нормативно-правовая база Европейского Союза, направленная на регламентацию и популяризацию волонтерской деятельности. Исследуются наличие законодательных документов в каждой отдельной стране содружества. Анализируются факторы, влияющие на желание или нежелание молодежи участвовать в добровольческих проектах. Определяются основные проблемы на пути популяризации волонтерской активности.

Ключевые слова: Европейский Союз, молодежная политика, нормативно-правовая база, волонтерство, активность молодежи.

Naidych Maryna. Volunteering activities as a vector of EU youth policy. The article deals with the regulatory framework of the European Union aimed at regulating and promoting volunteering activities. The study of the availability of legislative documents in each individual country of the Commonwealth. The factors influencing the desire or unwillingness of young people to engage in volunteer projects are analyzed. The basic problems on the way of popularization of volunteer activity are determined.

Key words: European Union, youth policy, regulatory framework, volunteering, youth activity.

Стаття надійшла до редколегії
29.04.2017 р.

УДК 327.57:070

Ірина Патлашинська

Особливості формування іміджу миротворця під впливом ЗМІ

На сучасному етапі політика багатьох держав і міжнародних організацій спрямована на пошук та застосування всіх можливих методів для вчасного й повного погашення конфліктів: територіальних, міжетнічних, міжконфесійних тощо. Чи не єдиним легітимним засобом розв'язання конфліктів

була й залишається міжнародна миротворча діяльність. Формування іміджу миротворця та інституту миротворчості часто-густо залежить від повідомлень у ЗМІ та інформаційних Інтернет-порталах. Загалом лише в 10 % матеріалу від усього вивченого масиву в ЗМІ увагу було приділено інституту миротворчості, при цьому змістова частина інформації зорієнтована на жертви, особливо серед мирного населення (до 45 % від усіх повідомлень цієї категорії), та організаційні аспекти операції (28 %) у кількісному вираженні (обсяг поставок, кількість підрозділів, чисельність контингенту). Тож у столітті інформаційних технологій і маніпулювання масовою свідомістю існує проблема неадекватного відображення деяких подій, що негативно впливає на формування іміджу, а в практичному сенсі часто ускладнює миротворцям виконання їхніх обов'язків.

Ключові слова: миротворчі операції, конфлікт, засоби масової інформації, імідж, новини.

Постановка наукової проблеми та її значення. Міжнародні відносини на рубежі ХХ–ХХІ ст. характеризуються зростанням кількості загроз і викликів міжнародному світопорядку та миру. Політика багатьох держав і міжнародних організацій спрямовується на пошук та застосування всіх можливих методів для вчасного й повного погашення конфліктів: територіальних, міжетнічних, міжконфесійних тощо. Чи не єдиним легітимним засобом розв'язання конфліктів була й залишається міжнародна миротворча діяльність. При цьому відбувається безперервна еволюція самих миротворчих операцій, покликаних вирішувати нові й затяжні конфлікти, з ускладненою внутрішньою структурою, появою нових форм, мало схильних до впливу традиційних інструментів політичного регулювання. Безпосередньо на самих миротворців покладається все більше завдань, та й самі вони стають усе складнішими та складнішими.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Фактично неможливо знайти роботи, у яких би було описано дослідження, пов'язані саме з іміджем миротворчості та миротворців. Частково цими проблемами займались іноземні науковці Б. Уркхарт, О. Хохлишева. Питання іміджу професії (у загальному розумінні) аналізував І. Старунський.

Формулювання мети статті. Ураховуючи відсутність теоретичних і практичних напрацювань ставимо за мету дослідити за допомогою контент-аналізу повідомлень у ЗМІ позитивні й негативні

аспекти формування інституту миротворчої діяльності та сконструювати модель іміджу миротворця й миротворчості.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Зазвичай під час проведення миротворчих операцій представники багатонаціональних сил ООН стикаються із серйозними проблемами при взаємодії з місцевими мешканцями, а також із цивільними миротворчими групами, що складаються з представників місцевого населення. Потреба тісної співпраці з цими групами визначила внесення в програму миротворчості низки гуманістичних принципів, спрямованих на фіксацію виключно мирного напрямку дій. У широкому сенсі основні принципи й цілі миротворчої діяльності, спрямованість якої характеризується прагненням до соціальної рівноваги сил у регіоні, можна сформулювати так: об'єктивність і неупередженість; відповідність загально-визнаним нормам міжнародного права; пріоритет інтересів загальної безпеки, стабільності, примирення конфлікуючих сторін в інтересах окремих учасників мирного процесу; сприяння підтриманню миру й міжнародної безпеки; прагнення до оперативного припинення наявних і вчасне запобігання потенційним кризам та збройним конфліктам; відновлення й підтримка основоположних норм та принципів міжнародного гуманітарного права; підтримання миру в зонах збройних конфліктів; забезпечення дотримання невід'ємних прав людини; комплексне роз'язання політичних, економічних, соціальних, гуманітарних, інших проблем регіонального та світового розвитку; формування ефективних механізмів забезпечення безпеки й стабільності, які виключають можливість виникнення міждержавних і внутрішніх збройних конфліктів [6].

Миротворчість, у класичному розумінні, представлена діями посередників, пов'язаних безпосередньо чи опосередковано з діяльністю дипломатичних корпусів, і безпосередньо з діяльністю військового контингенту, що виконує пряме регулювання соціальних процесів у регіоні. Ґрунтуючись на теорії соціальної системи Т. Парсонса, можна стверджувати, що миротворчість становить соціальну систему, яка є способом організації елементів, що забезпечує впорядковану модель взаємодії множини акторів [4, с. 96].

До позитивних аспектів процесу формування інституту миротворчої діяльності слід віднести створення певного сприятливого іміджу

миротворця, як і миротворчої операції загалом. Це досить складний процес і з погляду перетворення внутрішньої структури процесу створення інституту миротворчої діяльності, що формує миротворця, і зовнішньої системи інформаційних ресурсів, до чиїх завдань входить висвітлення різних аспектів миротворчих та військових дій. Миротворці доволі часто виконують спеціальні завдання, які входять до їх компетенції й полягають у низці заходів: роздача продовольства й бесіди зі старійшинами про проблеми села, патрулювання; контроль за угодою про перемир'я, виведення військ із буферної зони; посередницькі дії для запобігання поновленню бойових дій; недопущення заворушень; участь в евакуації цивільних; переговори; огляд транспорту, у т. ч. літаки, стосовно вивозу незаконно видобутих корисних копалин тощо [5].

В Україні миротворець сприймається насамперед як особа, котра сприяє збереженню чи відновленню миру. Б. Уркхарт пише, що професійний миротворець – це цивільна особа чи військовослужбовець, який бере участь у миротворчій діяльності світової спільноти [7, с. 28]. Він ставить суспільні інтереси вище за особисті й готовий, уже як військовослужбовець, у разі потреби віддати своє життя заради загальної справи. До особистісних рис миротворця зазвичай відносять альтруїзм, толерантність, людинолюбство, милосердя, ентузіазм. Безпека миротворців ООН гарантована [1, с. 17–18]. Військовослужбовці миротворчих сил забезпечені «легкими» типами озброєння (яку дозволено застосовувати винятково для оборони) і мають низку розпізнавальних знаків (блакитні берети в спостерігачів, блакитні каски у військових) [9, с. 127].

На нашу думку, імідж професії миротворця та інституту миротворчості полягає в сукупності зовнішніх і внутрішніх характеристик, які дають змогу скласти певну оцінку думку про професію, спираючись на низку об'єктивних і суб'єктивних факторів сприйняття. Проблема такого іміджу полягає в тому, що найчастіше він формується на основі дій найбільш яскравих представників, які можуть формувати і позитивний, і негативний імідж для цілої групи.

Ідеальну модель для цього зазвичай знайти важко, тому в статті здійснено спробу власного конструювання іміджу миротворця й інституту миротворчої діяльності як комплексу операцій зі встановлення мирного співіснування місцевої спільноти в регіоні. На

нашу думку, вона повинна враховувати низку дихотомій, які в поточному часі зумовлюють неоднозначність подачі образу миротворця та миротворчої діяльності в ЗМІ. Уважаємо, що інститут миротворчої діяльності й миротворець сприймаються як сукупність об'єктивних атрибутів, пов'язаних насамперед зі зброєю, уніформою, належністю до ООН чи інших міжнародних організацій і факторами, що безпосередньо не залежать від конкретного досвіду пересічних мешканців чи вчинків самих миротворців (при формуванні внутрішнього організаційного іміджу).

Суб'єктивні фактори в цій ситуації становлять накладання власного досвіду, оцінних суджень сторонніх джерел, вчинків і суджень миротворців. Якщо інститут працює в збалансованому режимі, то об'єктивні й суб'єктивні чинники чинять спрямований вплив на інших, в іншому разі відбувається дисонанс громадської оцінки та фактичного стану речей.

На думку І. А. Старунського, «імідж організації – це її образ, який формується в суспільній та індивідуальній свідомості за допомогою засобів масової комунікації й прямого чи непрямого психологічного впливу [6].

З одного боку, імідж інституту миротворчої діяльності складається під впливом подій, фактів, які спостерігає місцеве населення країни впливу, а також колеги по службі. Утім, для більшості населення миротворчість – це лише проєкційний об'єкт, створений ЗМІ, які при недостатньо точно вивіреному співвідношенні поданих фактів формують штучний імідж. Штучно створений образ може не тільки відображати реальність, але й формувати принципово нову, відмінну від дійсності картину подій. Тому одна й та сама інформація, представлена в різних джерелах із різним змістовим ядром, дає змогу формувати інститут миротворчої діяльності або як суто мирний процес – у разі наголосу на дипломатичних переговорах чи повсякденних вчинках миротворців, або як військове захоплення – у разі акценту на суто технічних аспектах (кількість озброєння, чисельність загиблих тощо).

З іншого боку, зазначимо: в іміджі (як суб'єктивному утворенні) можуть виділятися когнітивні елементи – вербальні поняття, слухові, зорові образи тощо; й емоційні елементи – почуття, переживання, афекти тощо. При певному бажанні можливе поєднання й представ-

лення негативної інформації з графічним форматом у такому ключі, що вплив на читача матиме нейтральний чи позитивний характер. Формування іміджу миротворця та інституту миротворчої діяльності в сприйнятті пересічного мешканця (масової свідомості населення) неможливе без активної участі ЗМІ, які здебільшого є єдиним каналом, що висвітлює діяльність миротворчих організацій.

Крім того, на ставлення цивільного населення до процесу формування інституту миротворчої діяльності значний вплив мають також ЗМІ та інформаційні Інтернет-портали. У дослідженні проведено первинний вимір даних методом контент-аналізу ЗМІ й мережі Інтернет із питань висвітлення миротворчих операцій. Попередній аналіз масиву повідомлень (250 джерел Інтернет-ресурсів за період 2012–2016 рр.) показав, що медіа-технології (ролики, кадри з хроніки новин тощо), які розкривають процес формування інституту миротворчої діяльності, представлені значно менше за повідомлення в текстовому й текстово-графічному форматі.

Для аналізу інформації обрано (вибіркова сукупність) інформаційні зведення порталів ЗМІ (офіційний веб-сайт Міністерства оборони України [3], 24-, 112- і 5-й телеканали та телеканал «Новини Міністерства оборони України, Міністерство оборони України – Facebook [2], газети «Народна армія», «Дзеркало тижня. Україна», «День», «Українська правда» [8] тощо) за різними розділами. Виявлено основні рубрики, які гіпотетично могли містити інформацію про процес формування інституту миротворчої діяльності. Так, у ході дослідження аналізували статті із загальних питань, політичних акцій, заходів у сфері культури й міжкультурної взаємодії різних країн із військових питань. Із кожного розділу вивчено по 50 зведень за кожен рік періоду 2012–2016 рр. Отримані результати виявили доволі низькі показники частоти згадування міжнародних миротворчих операцій. Про минулі операції ЗМІ подають украй мало даних (незалежно від терміну давності події), при цьому частіше вони описані загальними словами-штампами й позбавлені подробиць, що мають потенційну значущість для виховання патріотизму та безпеки. Саме слово «безпека» вживається лише в 50 % інформаційних зведень.

Військові портали, висвітлюючи подібні операції, зазвичай орієнтуються на військову техніку, політичні рішення, протистояння конкретних політиків/військових керівників та «гарячі точки».

Певна кількість статей і репортажів стосується особистості миротворця. Тут авторка планувала відшукати не лише публіцистичні розповіді про конкретних людей, а й про їхні виховання, моральні цінності, спільну роботу, міжкультурну взаємодію, які гіпотетично могли сприяти вибору професії. Але аналіз статей засвідчив, що інформування про такі аспекти просто не вважається доцільним, затребуваним чи не проводиться з об'єктивних причин – відсутності первинних даних.

Якщо аналізувати суть інформаційних повідомлень загалом, то здебільшого увагу приділено технічній стороні процесу. Загалом лише в 10 % матеріалу від усього вивченого масиву в ЗМІ увагу приділено інституту миротворчості, при цьому змістова частина інформації зорієнтована на жертви, особливо серед мирного населення (до 45 % від усіх повідомлень цієї категорії), та організаційні аспекти операції (28 %) у кількісному вираженні (обсяг поставок, кількість підрозділів, чисельність контингенту). Тож у столітті інформаційних технологій і маніпулювання масовою свідомістю існує проблема неадекватного відображення деяких подій, зважаючи на політичні, економічні, релігійні та культурні суперечності. Зокрема, миротворчі дії, що простежувалися в цей час на території певної країни, іноді позиціонувалися в ЗМІ як захоплення, окупація, збройне вторгнення (6 % від дослідженої сукупності).

Застосувавши метод контент-аналізу, також виявили низку негативних аспектів і проблем, які стосуються змісту діяльності інституту миротворців і їхніх вчинків, структури самого матеріалу, що надається до огляду. Указівка на миротворчість як на політичну гру часто не супроводжується фактологічним матеріалом, що виглядає швидше як суб'єктивна думка, ніж офіційний матеріал. При цьому подібна подача інформації характерна в т. ч. й для спеціалізованих порталів. Позиціонування миротворчості як лише політичної акції призводить до змішування понять *мирне врегулювання конфлікту* й *боротьба за ресурси* країн впливу. Зважаючи на актуалізацію кризових явищ в Україні, упродовж 2013–2016 рр. помітно зросла частка негативно забарвленої оцінки російської миротворчості. Серед усіх негативних текстів цього періоду на них припадає більшість повідомлень.

Інформація про миротворця як представника своєї професії, котрий виконує особливу гуманістичну місію, практично в ЗМІ не представлена. Здебільшого повідомлення не розкривають структуру конструктивної взаємодії миротворців і населення країн впливу, обмежуючись перерахуванням деяких заходів можливої допомоги. Тож попередній висновок – гіпотеза про неадекватну оцінку діяльності миротворців в очах населення підтвердилася.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Варто зазначити, що проведений контент-аналіз опосередковано доводить значну роль ЗМІ у вузькоспрямованому трансляванні інформації про миротворців і процес формування інституту миротворчої діяльності. Потреба розв'язання цих проблем набуває особливого значення в межах щораз вищої напруги інформаційної війни, яка, своєю чергою, стимулює появу матеріалу експресивного стилю з негативним змістом, руйнуючи не лише імідж миротворця та інституту миротворчості, а й країн, що несуть за них відповідальність.

Список використаних джерел

1. Гридчин А. А. Коммуникативные технологии регулирования региональных конфликтов / А. А. Гридчин // Вестник Волгоградского государственного университета. – Сер. 7 : Философия. Социология и социальные технологии. 2009. – 1(9). – Волгоград : ВолГУ, 2009. – С. 16–19.
2. Міністерство оборони України – Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/theministryofdefence.ua/>
3. Офіційний веб сайт Міністерства оборони України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mil.gov.ua/index.php?part=peacekeeping&lang=ua&sub=history.
4. Парсонс Т. О социальных системах / Т. Парсонс / под ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. – Москва : Академ. проект, 2001. – 832 с.
5. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН № 46/182. Портал МИД России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mid.ru/brp_4.nsf/sps/4E6ADD525D466448C32574A4005C861E.
6. Старунский И. А. Россия обладает уникальным опытом миротворчества. Портал Новый Регион / И. А. Старунский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.warandpeace.ru/ru/commentaries/view/1615>
7. Уркхарт Б. Объединенные Нации в XXI веке / Б. Уркхарт // Россия в глобальной политике. – 2004. – Т. 2, № 4. – С. 27–33.
8. Українська правда [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/?attempt=1>.

9. Хохлышева О. О. Миропонимание, миротворчество, миросохранение: опыт XX столетия : монография / О. О. Хохлышева. – Нижний Новгород : Изд-во НГУ, 2002. – 549 с.

Патлашинская Ирина. Особенности формирования имиджа миротворца под влиянием СМИ. На современном этапе политика многих государств и международных организаций направляется на поиск и применение всех возможных методов для своевременного и полного погашения конфликтов: территориальных, межэтнических, межконфессиональных и т. д. Едва ли не единственным легитимным средством разрешения конфликтов была и остается международная миротворческая деятельность. Формирование имиджа миротворца и института миротворчества часто зависят от сообщений в СМИ и информационных Интернет-порталах. В целом лишь в 10 % материала от всего изученного массива в СМИ внимание уделяется институту миротворчества, при этом содержательная часть информации ориентирована на жертвы, особенно среди мирного населения (до 45 % от всех сообщений данной категории), и организационные аспекты операции (28 %) в количественном выражении (объем поставок, количество подразделений, численность контингента). Поэтому в веке информационных технологий и манипулирования массовым сознанием проблема неадекватного отражения некоторых событий негативно влияет на формирование имиджа, а в практическом смысле затрудняет миротворцам выполнения их обязанностей.

Ключевые слова: миротворческие операции, конфликт, средства массовой информации, имидж, новости.

Patlashynska Iryna. Features Forming the Peacemaker's Image under the Media Influence. Any present policy of many countries and international organizations is aimed at finding and using of all possible methods timely and fully stopping all sorts of conflicts: territorial, ethnic, interdenominational, etc. Peacekeeping remains not only one of the legitimate means of resolving conflicts. The formation of peacekeepers' image and peacekeeping institution often depends on the communications through media and information Web portals. In general, only 10 % of the material deals with the institute of peacekeeping under the mass media studied, while the content of some information is focused on the victims, especially among civilians (45 % of all the posts in this category), and organizational aspects of the operations (28 %) in quantitative terms (the volume of deliveries, number of units, and people). Therefore, the information technology century and manipulation of mass consciousness became the problem of an inadequate display of some events that

negatively impact on the image, and in practical terms it often complicates the performance of duties by peacekeepers.

Key words: peacekeeping, conflict, media, image, news.

Стаття надійшла до редколегії
03.05.2017 р.