

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
Кафедра гуманітарних і соціальних дисциплін
ДЕПАРТАМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА КОМУНІКАЦІЙ З
ГРОМАДСЬКІСТЮ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛДЕРЖАДМІНІСТРАЦІЇ
ІНСТИТУТ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ
ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ
Кафедра публічного управління та адміністрування



ПОЛІТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Колективна монографія

За наук. редакцією *Т. Шаравари*

Київ
Видавництво Ліра-К
2021

УДК 316.42:32](02)
П 50

*Рекомендовано до друку вченою радою
Полтавської державної аграрної академії
(протокол № 2 від 23 лютого 2021 р.).*

Рецензенти:

Ф. Семенченко, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри філософії, політології та українознавства Херсонського національного технічного університету;

Г. Куц, доктор політичних наук, професор, професор кафедри політології, соціології та культурології Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

О. Кондратенко, доктор політичних наук, провідний науковий співробітник Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України.

П50 Політичні трансформації сучасного суспільства:
колективна монографія / за наук. редакцією Т. Шаравари.
Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. 216 с.

У колективній монографії висвітлено актуальні проблеми, суспільно-політичні зрушення на глобальному та локальному рівнях, проаналізовано соціально-економічні, культурні, освітні трансформаційні процеси й модернізацію політичної системи.

Для науковців, викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, докторантів, здобувачів вищої освіти ступенів вищої освіти бакалавр, магістр.

ISBN

© Колектив авторів, 2021
© Видавництво Ліра-К, 2021

ЗМІСТ

Передмова	
Вступне слово ректора Полтавської державної аграрної академії, професора <i>Аранчій Валентини Іванівни</i>	

РОЗДІЛ 1. ПОЛІТИЧНІ ІНСТИТУТИ І ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ: ДИНАМІКА ЗМІН

1.1. Уроки державного будівництва від провідника ОУН (б) Степана Бандери для сучасного етапу державотворення України (<i>Ворона П.</i>)	
1.2. Зарубіжний досвід електронних петицій для взаємодії між органами публічної влади та суспільства (<i>Каденко Д.</i>)	
1.3. Довіра до влади як критерій кризи політичних інститутів у сучасній Україні (<i>Кочубей Л.</i>)	
1.4. Трансформація політичної системи в умовах становлення правової держави в Україні (<i>Медвідь Ф., Твердохліб А., Урбанський М.</i>)	
1.5. Місцеві вибори 2020 року на Полтавщині: регіональний аспект (<i>Соловей С., Ворона П.</i>)	
1.6. Еволюція політики уряду Російської Імперії щодо трудових мігрантів епохи аграрних реформ (друга половина ХІХ – початку ХХ ст.) (<i>Якименко М., Помаз Ю.</i>)	

РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИЧНА ОСВІТА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

2.1. Підходи до аналітики політичних ідеологій в політологічній освіті (<i>Дмитрашко С.</i>)	
2.2. Дотримання норм мовного законодавства в освітньому процесі сучасного закладу вищої освіти (<i>Жалій Р.</i>)	
2.3. Уповноважений із захисту державної мови в Україні: характеристика правового інституту (особливості вивчення теми в умовах сучасного закладу вищої освіти) (<i>Жалій Т.</i>)	

- 2.4. Вплив освіти на політичну соціалізацію особистості
(*Льченко А., Гергель А.*).....
- 2.5. Формування системи підтримки розвитку малого
молодіжного підприємництва (*Капліна А.*)
- 2.6. Блогосфера як потужний інструмент сучасної
політичної діяльності (*Наумкіна С., Дяченко О.*).....
- 2.7. Політико-управлінські підходи до підготовки
сучасних фахівців у системі вищої освіти (*Некряч А.,
Лопушинський І.*)
- 2.8. Теоретико-методологічні аспекти розвитку
політичної освіти в Україні (*Подлесна Г.*).....
- 2.9. Проблема вирішення протиріччя «влада – знання»
в процесі формування громадянського суспільства
в Україні (*Шейко С.*).....

РОЗДІЛ 3. ЦІННІСНО-СВІТОГЛЯДНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

- 3.1. Людина маси: теоретичний концепт у контексті
українських правових реалій (*Гладкий С.*)
- 3.2. Націоналістичні парадигми зображення
села Яреськи у фільмі О. Довженка «Земля»
(*Дзюба Н., Матвієнко Л.*).....
- 3.3. Особливості політичної культури України
та Російської Федерації:
порівняльний аналіз (*Льченко А.*)
- 3.4. Фейкова комунікація як конфліктологічний чинник
в політичній системі (*Лікарчук Н., Лікарчук Д.*)
- 3.5. Причини гендерної асиметрії в політиці через
призму суспільних поглядів (*Макарець С.*).....
- 3.6. Політична корупція: суть, зміст, механізми протидії
(*Приходько С., Бублик Д.*).....
- 3.7. Сучасна молодіжна політика ордену єзуїтів:
геополітичні, ціннісні та культурно-освітні виміри
(*Шаравара Р., Басенко Р.*).....

РОЗДІЛ 4. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

- 4.1. Суспільні аспекти інформаційної економіки
(*Кононенко Ж., Миколенко І.*)

- 4.2. Тенденції місцевих виборів в умовах розвитку інформаційних технологій (*Кончаковський Є., Сидоренко Ф.*)
- 4.3. Соціально-політичні засади публічного управління загальною середньою освітою (*Шеломовська О., Крюковська О., Гончар Р.*)

РОЗДІЛ 5. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

- 5.1. Міжнародна інтеграція у світовій політиці через призму інтеграційних теорій (*Бабіна В., Миргородська О.*)
- 5.2. Етнонаціональні та політичні передумови виникнення сепаратизму в Каталонії (*Кончаковський Є., Пикало О.*)

РОЗДІЛ 6. ГЕОПОЛІТИЧНИЙ І БЕЗПЕКОВИЙ ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ТА ЄВРОАТЛАНТИЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

- 6.1. Спільність викликів і загроз сучасному світовому демократичному та ліберального порядку і європейській інтеграції України (*Барановський Ф.*)
- 6.2. Статус і роль координаційного органу при главі держави у питаннях боротьби з тероризмом (*Бобрицький Л.*)
- 6.3. Взаємини Україна – НАТО: наукові дискурси питання в шкільних підручниках історії України (*Бороденко О., Сухостат В., Удовиченко К.*)
- 6.4. Понятійне поле дослідження системи територіальної оборони (*Мочков О.*)

Інформація про авторів

передбачаються у вивченні процесів та умов політичної соціалізації студентської молоді.

Джерела та література

1. Гаджиев К.С. Политическая культура : концептуальный аспект. Политические исследования. 1991. №6. С. 69-83.
2. Єфтені Н. М. Вплив політичної освіти на соціалізацію особистості. Актуальні проблеми політики. 2014. Вип. 52. С. 294-301.
3. Малаканова О.А., Акифьева Ю.Н. Агенты политической социализации : теоретико-методологические и исследовательские аспекты изучения. Вестник СамГУ. 2006. №10/1. С. 46-54.
4. Остапенко М.А. Політична культура суспільства: навч. посіб. К. : МАУП, 2008. 96 с.
5. Політологічний словник : Навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. М.Ф. Головатого та О.В. Антонюка. К. : МАУП, 2005. 792 с.
6. Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [редакційна колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. К. : Міленіум, 2014. Вип. 1 (15). 408 с.

2.5. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Згідно даних, отриманим у ході проведення соціологічних досліджень від 38 до 60 % найманих працівників, які були звільнені під час економічної кризи, є молодими спеціалістами, які не досягли 30-літнього віку. Щорічні опитування та соціологічні дослідження показують, що відсоток молоді, які бажають займатися розвитком власного бізнесу, у декілька раз перевищує частку тих, хто вже відкрив свою справу. Приблизно 75 % опитуваних вважають відкриття малого бізнесу чудовою спробою для самореалізації, 55 % обирають власний бізнес, розраховуючи на отримання більш високого рівня доходу у порівнянні з роботою за наймам. Проте сьогодні тільки 3 % молодих людей мають власний бізнес.

Державна служба статистики сьогодні наводить дані про 37 % безробітних (саме у віці до 35 років). Дана ситуація з року

в рік буде погіршуватися, на це впливаю і ситуація навколо пандемії Covid 19, і відсутність дієвого законодавчого механізму, і відсутність першочерговості в працевлаштуванні. На повісті дня сьогодні має стати самозайнятість молоді і створення для цього усіх умов, не забуваючи використовувати передовий світовий досвід.

Основними проблемами, які заважають відкриттю власної справи молодим людям виступають: відсутність фінансів, брак досвіду, недостатність освітніх знань. У ситуації, що склалася полегшити вихід на ринок молодих підприємців може тільки підтримка держави. Не дивлячись на активну реалізацію заходів, спрямованих на розвиток молодіжного підприємництва, не вирішеними залишаються проблеми, які впливають на готовність молоді створювати самостійні бізнес-проекти. Серед основних проблем можна виокремити наступні:

1. Соціальний напір молоді. У молодіжному середовищі слабо відображена готовність ризикувати, створювати щось нове, відсутній дух підприємництва. Молодь обирає можливість працевлаштування у великих фірмах та компаніях, державних установах.

2. Сприйняття суспільством підприємців. Серед молоді підприємці сприймаються як люди, яким доводиться постійно долати певні перешкоди, а не як бізнесмени, які досягають або намагаються досягти успіху.

3. Рівень та зміст освітніх програм. Традиційно українські учбові заклади надають основи економічних знань, при цьому не формують стимули та поведінкові компетенції, без яких успішна підприємницька діяльність неможлива. Проте стимули та позитивне сприйняття підприємництва повинно формуватися не лише у стінах конкретного учбового закладу, але і за його межами. Поведінкові компетенції можливо сформувати тільки при виконанні практичних дій, наприклад, у межах бізнес-інкубаторів, бізнес-акселераторів, отримуючи досвід практичної роботи та ведення переговорів. Тому доцільним є пропозиція ввести у освітні програми підготовки бакалаврів, магістрів річну практично-орієнтовану підготовку у бізнес-інкубаторах. Бізнес-інкубатори при цьому доцільно створювати на базі вишів із залученням підприємців.

4. Відсутність початкових інвестицій щодо створення бізнесу.

5. Досить високі адміністративно-правові бар'єри для відкриття власної справи.

6. Відсутність ділових економічних та виробничих контактів.

7. Високі ставки податків та кредитів для початківців.

8. Досить складне та суперечливе законодавство.

Перспективною сферою започаткування власного бізнесу вважаємо галузі креативної економіки. Термін «креативна економіка» був вперше сформульований Джоном Хоукінсом в однойменній книзі у 2001 році, і означав передусім сукупність економічних систем, головною цінністю в яких були креативність та оригінальні інтелектуальні здобутки, а не традиційні ресурси на кшталт праці, землі та капіталу [3]. На думку Дж. Хоукінса, саме свобода і вільний ринок дають унікальну можливість перетворювати свої власні ідеї на товар чи послуги. У секторі креативних індустрій виділяють ряд груп: реклама; архітектура; художній та антикварний ринок; ремесла; дизайн; мода; виробництво кіно- та відеопродукції; програмування, в том числі створення розважальних та інтерактивних програм і комп'ютерних іграшок; музика; виконавчі мистецтва; видавнича справа; теле-, радіо- та Інтернет- трансляції [4]. Креативні індустрії визнаються та включаються в програмні документи ЄС протягом десяти років. На сьогодні креативна економіка – ширший сектор, який виходить за рамки традиційних мистецьких та культурних галузей та включає більшу кількість взаємопов'язаних видів діяльності та підгалузей – має потенціал, який визнається іншими міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, різні організації системи ООН, а також національними, регіональними та місцевими органами влади та установами у всьому світі [5, с. 9]. Частиною креативної економіки є інфраструктурні одиниці, так звані креативні хаби: коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери. Підприємництво в креативній економіці передбачає перетворення інтелектуального ресурсу в «творчий продукт», покращує показники розвитку економіки, створює нові робочі місця. Ця галузь економіки є надзвичайно перспективною: у 2013 році на культурні та креативні індустрії припадало 3 % світового ВВП, вони забезпечують 29,5 млн. робочих місць у всьому світі.

Європа є лідером у цьому секторі: згідно з показниками 2011 року, у ЄС частка основних креативних галузей у ВВП за доданою вартістю склала 558 млрд. євро – приблизно 4,4 % від загального європейського ВВП, ці галузі забезпечують приблизно 8,3 млн. повних робочих місць (або 3,8 % від загальної їх кількості у Європі) [5, с. 9]. Залучення української молоді до підприємництва у креативній економіці є вигідним не лише через значні темпи розвитку галузі, але й тому, що вона не потребує значних капіталовкладень та наявності великої кількості матеріальних ресурсів. Необхідні в першу чергу знання та нові ідеї. Наявність високоінтелектуальних та кваліфікованих фахівців в Україні, сприяння динамічному розвитку стартапів й інноваційних парків дозволить збільшити кількість робочих місць, які вважаються «креативними». Глобалізація сучасного життя, доступ до цифрових технологій та технологічні зміни, викликані Четвертою промисловою революцією поступово змінюють основні галузі економіки, систему освіти, соціальні стандарти життя. Ми можемо звернутися до досвіду Індії, яка всього за декілька років перетворилася з аграрно-орієнтованої країни з мільйонами неписьмених громадян в регіонального промислового лідера та провідного гравця на ринку програмного забезпечення [1, с. 199]. Досягти цих результатів їм вдалося завдяки співпраці з американськими ТНК (General Electric і Citibank), що спрямували замовлення до індійських спеціалістів (значною мірою через невисоку вартість їх праці, що давало корпораціям змогу зекономити до 60 % фактичної вартості контракту) та державним програмам заохочення іноземних інвестицій в національну економіку (звільнення від мита, відміна податку на прибуток для фірм-експортерів) упродовж 1990-2019 рр.

На фоні міжнародних співставлень та порівнянь український бізнес-клімат виглядає непривабливим. Наші компанії досить часто стикаються з певними труднощами та бар'єрами ведення бізнесу у першу чергу основною проблемою є купівельна спроможність населення, а у другу чергу – брак кваліфікованих кадрів.

Своєю діяльністю молоді підприємці створюють матеріальні блага, представляють реальну, соціально-активну силу суспільства. Слід зазначити, що такий успіх досягається в

основному завдяки власній ефективній роботі підприємців, а не завдяки винятково вигідному положенню на ринку або доступу до ресурсів країни. Молодіжне підприємництво також зацікавлене в підвищенні споживчого попиту, у зростанні доходів населення, у нарощуванні обсягів вироблених товарів і послуг, у створенні робочих місць. В теперішній час в нашій державі практично відсутнє розуміння фундаментальної ролі малого й молодіжного підприємництва у здійсненні економічних перетворень. Як правило, підприємництву відводиться допоміжна роль, що знаходить своє відбиття в конкретних рішеннях, прийнятих різними органами влади [4].

Для розвитку молодіжного підприємництва на сучасному етапі необхідно:

1) популязувати підприємницьку діяльність серед молоді. Для вирішення даної стратегічної задачі необхідно: проводити ігрові та тренінгові заходи; влаштовувати олімпіади з підприємництва серед старшокласників; запрошувати молодь на освітні курси; організовувати випуск соціальної реклами, яка формує позитивне відношення до підприємництва; інформувати про можливу державну підтримку малих підприємців; розробити та розповсюдити рекламні матеріали, які відображають ідею соціально відповідального підприємця, який є основою для економічного розвитку країни; інформувати молодь про певні бізнес-проекти;

2) масово залучати молодь до підприємницької діяльності. При вирішенні даної задачі необхідно розповсюдити агітаційний матеріал стосовно програм, які проводить держава, влаштовувати анкетування молоді у стінах учбових закладів. Кожна анкета повинна містити розділ з контактними даними. Після обробки анкет необхідно скласти базу даних молоді, які готові стати підприємцями. Проводити інформаційні конференції з молодими людьми, які готові та бажають відкрити власне підприємство, на них необхідно запросити успішних підприємців, представників бізнесу та влади.

3) проводити відбір серед молоді, які мають здатності до ведення підприємницької діяльності. Необхідно проводити експертні сесії у формі співбесід, коли діючі підприємці будуть надавати оцінки бізнес-ідеям та спілкуватися з їх авторами.

Конкурси бізнес-ідей дозволяють віднайти дійсно цікаві пропозиції та реалізувати їх на практиці;

4) проводити профільне навчання з метою надання молодим людям навиків ведення бізнесу. Молодь повинна проходити поглиблене навчання з курсу бізнес-планування, формування проектних команд. До навчання необхідно залучати сертифікованих бізнес-тренерів, силами яких будуть проводитися майстер-класи, створювати експертні сесії з успішними підприємцями, з фахівцями різних галузей діяльності, пов'язаних з бізнесом (робітники податкових органів, фахівці з трудового права, працівники екології, бухгалтери).

Аналіз існуючих проблем розвитку молодіжного підприємництва на сучасному етапі, розуміння недостатності кількості молоді, які прагнуть відкрити власну справу, та обмеженість ресурсів різних рівнів бюджетів, дозволяє зробити висновок, що досягти успіху у справі розвитку молодіжного підприємницького руху можливе лише при застосуванні програмно-цільового методу. Системний підхід надає можливість чітко визначити стратегію залучення молоді до підприємницької діяльності та дозволить реалізувати основні підходи щодо пропаганди підприємництва у молодіжному середовищі, віднайти найбільш талановиту молодь, провести її навчання та допомогти їй реалізувати відповідні бізнес-проекти.

Джерела та література:

1. Думанська І.Ю. Молодіжне інноваційне підприємництво як національна доктрина модернізації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2013. № 4. т. 2. С. 194-200.

2. Левченко А.О., Янішевська А.В. Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молодих спеціалістів. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки.* 2009. № 15. С. 52-56. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2009_15_10 (дата звернення: 01.12.2020).

3. ОстріковаТ. Креативна економіка: що це таке та чому саме вона може врятувати Україну. URL: https://24tv.ua/kreativna_ekonomika_shho_tse_take_ta_chomu_same_vona_mozhe_vryativati_ukrayinu_n1024780 (дата звернення: 01.12.2020).

4. Культурні індустрії в сучасному місті. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creativeindustries/texts/?newsid=22> (дата звернення: 01.12.2020).

5. Кристина Фаринья Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні. URL: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf (дата звернення: 01.12.2020).

6. Ларченко А.В. Молодежное предпринимательство как предмет социального управления: региональный аспект. Власть и управление на Востоке России. 2015. № 3(72). С. 92-98

7. Капліна А.І. Молодіжне підприємництво: проблеми та шляхи їх вирішення. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8312> (дата звернення: 01.12.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.50.

8. Капліна А. І. Молодіжне підприємництво – перспективний шанс для молоді. Агросвіт. 2020. № 19-20. С. 47-50. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.19-20.47

9. Капліна А.І. Молодіжний бізнес як сучасний драйвер економічного розвитку. Ефективна економіка. 2020. №12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8476> (дата звернення: 27.12.2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.89

2.6. БЛОГОСФЕРА ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних реаліях подальшого розвитку інформаційного суспільства перехід від традиційних форм ЗМІ до новітніх є потребою часу. Важливим є співвідношення політичного дискурсу та блог-дискурсу, який є частиною нових ЗМІ. У політичному блог-дискурсі, представленому політичними оглядачами, більш опосередковано виражений голос політичного інституту або політика, що свідчить про домінування дискурсу мас-медіа над політичним дискурсом у політичному блог-дискурсі. Слід розглянути ознаки політичної комунікації за ступенем їх релевантності для дослідження комунікативно-прагматичних особливостей політичного блог-дискурсу:

– інформативність. Тут слід звернути увагу на перевагу в даному дискурсі цінностей над фактами, оціночного впливу над

Наукове видання

**ПОЛІТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

Колективна монографія

Науковий редактор:

Шаравара Тамара

Редколегія

Сизоненко Наталія

Подлесна Ганна

Кончаковський Євген

Керівник видавничого проекту *Зарицький В.І.*

Комп'ютерний дизайн *Щербина О.П.*

Підписано до друку 16.03.2021. Формат 60x84 1/16.

Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Умовн. друк. аркушів – 14,88. Обл.-вид. аркушів – 13,58.

Тираж 300

«Видавництво Ліра-К»

Свідоцтво № 3981, серія ДК.

03142, м. Київ, В. Стуса, 22/1

тел./факс (044) 247-93-37; (050) 462-95-48

Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net