

боку, вона явно підлаштовується під відтворення нерівності, з іншого – професіоналізація і «пам'ять» про минуле сприяють консервації тих її елементів, які працюють на вирівнювання життєвих шансів. В силу об'єктивних причин система освіти буде протидіяти стратегії винятку, реалізованої іншими підсистемами суспільства.

Література

1. Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество // Социология на пороге XXI века: Основные направления исследований / Под ред. С.И. Григорьева, Ж. Коэн-Хуттера. – М.: РУСАКИ, 1999.
2. Маркс К. Из ранних произведений. – М., 1956.

Постригань Є.О.

*судентка IV курсу факультету правової політології та соціології
Національний університет «Одеська юридична академія»*

ПОНЯТТЯ ОБРАЗУ ДЕРЖАВИ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

Дослідженню проблеми співвідношення держави та суспільства у сфері соціальних наук присвячено величезна кількість робіт. На сьогоднішньому етапі досить сильно активізується соціологічний розгляд питань розвитку суспільства і держави стосовно новітніх тенденцій сучасної України. Однак в Україні наукові розробки з цієї тематики є досить фрагментарними, і в першу чергу присвячені прикладним аспектам.

Використання різноманітних підходів щодо формування образів держави у ЗМІ, політиці, засобами інформаційних технологій, отримали своє відображення у цілому ряді комунікативних теорій, зокрема таких, як «теорія масового суспільств», «критична теорія суспільства» та ін.

В науковій літературі по сьогоднішній день існує протиріччя між великою кількістю теоретичних розробок у сфері соціології масових комунікації та відсутністю інтегруючої моделі формування єдиного образу країни із притаманним їй типом цивілізаційно-аутентичної та макросоціальної ідентичності в соціогуманітарному дискурсі.

В українській і зарубіжній науковій літературі присутня невелика кількість джерел, які саме розглядають «образ держави». Дослідження образу та бренду держави присутньо у працях таких західних вчених як С. Хантінгтон, Д. Скара, О. Холсті, російських – Д. Замятіна, Є. Шестопал, Е. Галумова. В Україні цією проблематикою займаються Н. Хазратова, В. Бебик, частково прикладними аспектами О. Бойко, О. Запорожець.

Досить ґрунтовно дана проблематика освітлена в міжнародних відносинах, бо міжнародний образ держави існує в першу чергу в суспільній свідомості. Становлення та розвиток образу держави сприяє формуванню як колективних так і індивідуальних ідентичностей, без яких неможлива консолідація суспільства, особливо в процесі її глибокої трансформації.

Використовуючи такі різні поняття як «імідж», «образ», «бренд», ми можемо бачити, що в залежності від характеру досліджень вони можуть використані як взаємозамінні. В західній традиції частіше використовується загальний термін «імідж». В українській соціологічній традиції домінує використання двох термінів – «імідж» й «образ», однак єдиного й узгодженого розуміння не існує.

Найчастіше поняття «образу», «іміджу» та «бренду» розглядають не в комплексі, а парами – імідж / образ, імідж / бренд. Поняття «образ» частіше використовується в теоретико – культурологічному контексті, «бренд» – в утилітарно – практичному, а «імідж» – в обох контекстах, тобто має так зване «серединне значення» [1, с. 19]. Образ досить часто пов'язується з уже існуючими і самостійно сформованими поданнями, імідж – з існуючими, але сконструйованими поданнями в цілому, а бренд в свою чергу пов'язують зі сферою економіки, маркетингу та туризму.

Таким чином, поняття образу є природнім, а іміджу сконструйованим.

Слід враховувати, що поняття держава не є однорідним. Воно має амбівалентну структуру, яка зумовлена двома різними іпостасями в сприйнятті громадян, по – перше, держава як абстрактний образ, що виникає у свідомості людей під впливом таких факторів, як міфи, стереотипи, установки і по – друге, держава як інституціональне утворення, що ідентифікується із владою й виконує функцію керування соціальними процесами в країні. Кожний з цих образів має свій когнітивний зміст й афективне забарвлення.

Образ держави може бути сформованим на основі певного соціального міфу. Міф часто супроводжується поряд з сучасними

процесами, які відбуваються в суспільстві. Наприклад, національна ідея країни може базуватися на міфі, головною метою якої є внутрішня консолідація суспільства всередині держави, і в той же момент може виконувати функцію презентації держави на міжнародній арені. Національна ідея формується в процесі історичному розвитку нації і є осмисленою, концептуалізованою формою сприйняття духовних першооснов, сенсу та принципів буття нації [3, с. 20].

При аналізі даної проблематики, необхідно також брати до уваги вплив соціальних стереотипів на формування образу держави. Саме поняття було введено в наукову сферу американським дослідником ЗМС У. Ліппманом для позначення в громадській думці різнопросторових упереджених уявлень про членів різних національно – етнічних, соціально – політичних і професійних груп [2, с. 202]. Отже, стереотип – це порівняно сталий і спрощений образ, що складається в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистого досвіду і нерідко упереджених уявлень, прийнятих у суспільстві. Стереотипи відіграють важливу роль в оцінці людиною навколишнього світу; стереотип допомагає спростити реакцію на змінювану реальність, прискорити процес розуміння та пізнання [4, с. 51].

А. Вендт і М.Феннімор вказують на ще один вагомий чинник формування образу держави, а саме – ідентичність держави. У працях конструктивіста А.Вендта ідентичність держави визначається як відносно стабільні, засновані на ролях очікування актора щодо самого себе. Формування ідентичності відбувається в ході взаємодії з іншими учасниками міжнародних відносин. А.Венд наголошує, що ідентичності як самостійні сутності не можуть визначатися ізольовано від соціального контексту – вони внутрішньо взаємозалежні. У результаті ідентичності повинні тлумачитись як набір значень, які суб'єкт приписує собі, розглядаючи вчинки інших акторів [5, с. 99].

Таким чином, « уявлення держави » про саму себе й інших учасників має трикомпонентну структуру, що включає: національну ідентичність, статус і ролі. « Уявлення держави » є певною метафорою, призначення якої – позначити той факт, що спільнота, що складає суспільство певної держави, створює образ не тільки іншої держави, а й своєї власної.

Отже, існує велика кількість підходів до вивчення тих або інших різновидів образу держави та процесів його формування. Формування образу держави в сучасному інформаційному суспільстві, його

трансформація є складною, багатогранною проблемою, яка має важливе теоретичне та практичне значення, і вимагає ретельного аналізу і дослідження. Такий висновок базується на тому, що образ держави належить до фундаментальних понять, поза контекстом яких не уявляє себе жоден громадянин як України, так і будь – якої іншої країни світу.

Література

1. Леонтьєв Д.А. Від образу до іміджу. Психосемантичний брендинг / Д.А. Леонтьєв // Реклама і життя. – 2000. – № 1. – С. 22
2. Липпман У. Суспільна думка / Липпман У. ; пер. с англ. Т.В. Барчуновой ; – М. : Ін-т Фонда «Суспільна думка», 2004. – С. 384
3. Романенко Ю.М. Міфологія конфлікту, або Конфронтація образів / Ю.М. Романенко // Журнал «Конфліктологія» . – СПб., 2004. – № 2. – С. 20
4. Гаджиєв К.С. Імідж держави в конфлікті ідеологій / Гаджиєв К.С. – М.: Андалус, 2007. – 128 с.
5. Wendt A. Social Theory of International Politics. / Wendt A. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – 420 с.