



О. В. Романенко

аспірантка, Інститут світової економіки і міжнародних відносин
НАН України, Київ, Україна
Elena.Romanenko@mail.ru

ВИКОРИСТАННЯ БЛОГІВ ПОЛІТИКАМИ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА ПІД ЧАС ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ

Анотація. У статті досліджуються блоги кандидатів на пост Президента Республіки Польща та визначаються особливості ведення ними онлайн-щоденників. Здійснюється порівняльний аналіз блогів польських політиків. Обґрунтовується доцільність використання досвіду, систематизованого у ході проведення дослідження, українськими політичними діячами у їх політичних комунікаціях.

Ключові слова: блогосфера, політичний блог, політична комунікація, Республіка Польща, президентські вибори.

Е. В. Романенко

аспірантка, Інститут мирової економіки и международных отношений НАН Украины, Киев, Украина
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЛОГОВ ПОЛИТИКАМИ РЕСПУБЛИКИ ПОЛЬША ВО ВРЕМЯ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ
Аннотация. В статье исследуются блоги кандидатов на пост Президента Республики Польша, определяются особенности ведения ними он-лайн дневников. Подается сравнительный анализ блогов польских политиков. Обосновывается целесообразность использования опыта, систематизированного в ходе проведения исследования, украинскими политическими деятелями в их политических коммуникациях.

Ключевые слова: блогосфера, политический блог, политическая коммуникация, Республика Польша, президентские выборы.

Olena Romanenko

Post-Graduate Student, Institute of World Economy and International Relations of
National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

THE BLOGGING OF POLAND POLITICIANS DURING THE PRESIDENT ELECTION

Abstract. Blogosphere is the new place for political communication providing by the modern world politicians. In this article the actual research of ten candidates for the position of President of Poland blogging which was undertaken by the author during the election campaign in 2010 is presented in order to determine the features of Internet communication in these online diaries. The comparative analysis of Polish politicians' blogging is given and the goals for using online diaries in the election campaign are defined. The author has studied the content of political blogs on various blogging platforms and on some web resources, identified their strengths and weaknesses, made recommendations regarding the messages and their content and recommended to Ukrainian politicians to use the experience as a result of systematic research in their political communications, in particular, for dialogue on current political issues and personal opinions expression.

Key words: blogosphere; political blog; political communication; Poland; presidential elections.

JEL Classification: E61, E65, F42, D72

Постановка проблеми. Блогосфера – це не лише мережа блогів, їх авторів та активних читачів, що коментують прочитане. Блогосфера – це частина більшої системи, у якій Інтернет є не лише засобом для спілкування, а й матеріальною структурою певної організаційної форми [1, с. 171]. Це комунікаційна мережа, яка є одночасно й суспільною площиною: збільшується число людей, які обмінюються думками, коментарями, і це все відбувається в публічній сфері, відкритому для нових користувачів демократичному просторі, який розвивається із розвитком блогосфери.

Блогосфера – активне місце неформального спілкування людей, що зумовлює бажання комерційних та політичних структур використати це середовище у власних цілях [2; 3]. Задумані як індивідуальні сервіси для великих аудиторій (кола друзів чи співробітників), щоденники стали новими медіа з масовою аудиторією. Тому дослідження блогосфери є цікавою, актуальною темою, практичний аспект якої недостатньо розкрито у вітчизняній науковій думці. Вважаємо, що українським політичним діячам доцільно використати польський досвід спілкування політиків у блогах, аби вдосконалити та покращити власні щоденні комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найпершим питанням, яке постає перед дослідником, є, власне, розуміння сутності політичного блогу. Наприклад, чи вважати політичним блог політика, який пише власні спогади, жарти чи інші «особисті речі»? Польський науковець М. Єзінський (*M. Jezinski*) зазначає, що політичним слід вважати блог, що ведеться про політику і авторами якого

виступають політики, журналісти, звичайні люди. Блоги, які пишуться політиками, журналістами-публіцистами та звичайними людьми, створюють окремі частини блогосфери [4, с. 177–178]. Дослідник Т. Гайовнічек (*T. Gajowniczek*) виділяє три групи політичних блогів [5, с. 193]: блоги політиків, блоги журналістів, що коментують поточні політичні події, та блоги інших Інтернет-користувачів.

Блоги аналізуються за кількома параметрами: кількість постів автора, кількість читачів, друзів, співтовариств, членом яких є автор. Окрім того, досліджуються тональність і число коментарів на визначені пости в онлайн-щоденниках. За словами Т. Гайовнічека, «без коментаря під записом блог не діє, він не є дієвим засобом комунікації» [5, с. 191]. Тому в багатьох дослідженнях блогосфери науковці визначають не лише кількісні показники записів автора, а й відстежують кількісну та якісну реакцію на пости блогу. Наприклад: скільки людей прореагувало на запис, з якого регіону, позитивно чи негативно вони висловилися про цей запис блогу.

Найпопулярнішими сервісами для ведення онлайн-щоденника в Республіці Польща є національні платформи: *Blog.onet.pl*, *Mylog.pl* та *Bloog.pl*. У табл. 1 наведено статистичні дані про кількість блогів у Республіці Польща станом на кінець 2009 р.

Метою статті є аналіз політичних блогів – нового простору для політичної комунікації кандидатів на посаду Президента Республіки Польща у 2010 р. З мети впливають такі завдання: проаналізувати основну ціль використання онлайн-щоденників у передвиборчій боротьбі, дослідити контент онлайн-щоденників політиків, визначити їх

переваги і недоліки та розробити рекомендації для української політичної блогосфери. Систематизований унаслідок проведеного дослідження польський досвід може бути використаний в Україні практиками із політичного маркетингу як приклад для здійснення власної політичної комунікації в мережі Інтернет.

Основні результати дослідження. Розуміючи потреби електорату, політики використовують нові форми комунікації, побудовані на сучасних інформаційних технологіях. Ми проаналізували блоги, що велися кандидатами на пост Президента Республіки Польща у 2010 р., аби продемонструвати вміння політиків користуватися новими технологіями для привернення уваги виборців.

Для дослідження було обрано онлайн-щоденники 10 претендентів на президентську посаду, які брали участь у першому турі виборів у Республіці Польща. Нами вивчалися блог-платформи, наведені в табл. 1, та блоги політиків, створені на окремих веб-сторінках. Результати аналізу показано в табл. 2.

З табл. 2 видно, що більшість польських політиків має блоги на популярній блог-платформі Onet.pl. Це Я. Корвін-Мікке (*Janusz Korwin-Mikke*), А. Леппер (*Andrzej Lepper*), Г. Наперальський (*Grzegorz Napieralski*), В. Павляк (*Waldemar Pawlak*). Деякі політичні діячі ведуть блоги на власному сайті – Я. Корвін-Мікке, Г. Наперальський, К. Моравецький (*Kornel Morawiecki*) – та на окремих створених сторінках – М. Юрек (*Marek Jurek*). Усі політики ведуть блоги тільки польською мовою. Такі політики, як Ярослав Качинський (*Jaroslav Kaczynski*), Броніслав Коморовський (*Bronislaw Komorowski*), Анджей Олеховський (*Andrzej Olechowski*), Богуслав Зентек (*Boguslaw Zetek*) не мали власного блогу.

Мареk Юрек веде власний блог за адресою <http://blog.marekjurek.pl>. Це єдиний політик, що створив онлайн-щоденник на окремому сайті. Дата створення ресурсу – кінець серпня 2007 р., кількість постів на момент проведення аналізу становить 606 записів. Перші місяці щоденник вівся дуже активно (кожного дня робився один запис), у вересні 2007 р. кількість записів становила 29, у жовтні – 30, у листопаді – 28, але поступово ця цифра почала знижуватися (березень 2008 р. – 17, квітень 2008 р. – 10). Стрімке зростання знову відбулося у квітні 2010 р., під час оголошення інформації про трагічні події під Смоленсь-

ком, а після виборчої кампанії 2010 р. спостерігалось затишання. У вересні 2011 р. було написано 9 постів, у жовтні – лише 4.

Теми, які обговорює політик у постах блога, – політика, релігія, питання співпраці з Європейським Союзом. Записи переважно текстові, без використання схем, малюнків чи відео, є посилання на інші ресурси. Онлайн-щоденник читається прихильниками та коментується (від 50 до 170 коментарів на один запис), статистики відвідування не наведено, що є мінусом ресурсу. Дизайн блогу лаконічний, текст однорідно відформатований. У цілому від ресурсу залишається позитивне враження, автор зважений у висловлюваннях, охайний у зовнішньому оформленні блогу, не піднімає провокаційних питань та справді пише власні думки з різних політичних подій. Зазначений ресурс може бути прикладом сайту, що створюється окремо від блог-платформ як офіційне представництво кандидата, який висловлює більше особистих думок, ніж на сайті політика.

Таблиця 1
Кількість блогів та їх читачів у Республіці Польща

Сервіс	Кількість користувачів (активні)	Кількість читачів	Кількість блогів у категорії «політика»
Blog.onet.pl	1609659	2824675	4619
Mylog.pl	365345	771778	Дані відсутні
Bloog.pl	291334	541662	510
Blog.interia.pl	186356 (3293)	261501	263
Mblog.pl	134678	Дані відсутні	Категорія відсутня
Blox.pl	132517	Дані відсутні	33
Eblog.pl	122785	208074	254
Blog.pl	82734	12322729	Категорія відсутня
Blog4u.pl	Дані відсутні (5480)	100470	2

Джерело: [5, с. 192]

Януш Корвін-Мікке є «найпопулярнішим блогером Польської Республіки» [5, с. 193]. Він почав вести онлайн-щоденник на ресурсі *Onet.pl* у жовтні 2006 р., у грудні того ж самого року – на платформі *Blogbank.pl* (блоги на економічні теми). У березні 2009 р. на власному сайті він створив окремих підрозділ «блог» і написав там перший пост. Таким чином, цей політик має три постійно оновлювані онлайн-щоденники, де політик робить записи на актуальні теми: політика, економіка, соціальне життя у країні.

Серед названих ресурсів найпопулярнішим є блог на платформі *Onet.pl*. У квітні 2007 р. ресурс налічував 2 379 049 читачів, там було залишено 26 615 коментарів [5, с. 277], у травні 2007 р. – 3 439 000 читачів [6, с. 193], а

Таблиця 2
Кількісний аналіз блогів претендентів на посаду Президента Республіки Польща у 2010 р.

Політик	Блог	Дата створення/останній запис	Кількість читачів	Кількість коментарів	Кількість посилань на блог	Кількість записів
Юрек Марек	http://blog.marekjurek.pl	29.08.2007/ 23.10.2011	-	-	41	606
Качинський Ярослав	-	-	-	-	-	-
Коморовський Броніслав	-	-	-	-	-	-
Корвін-Мікке Януш	http://korwin-mikke.pl/blog	03.03.2009/ 28.10.2011	-	-	-	1015
	http://korwin-mikke.blog.onet.pl	09.10.2006/ 28.10.2011	48 167 643	317 944	342	2604
	http://korwinmikke.blogbank.pl	22.12.2006/ 28.10.2011	-	-	8	39
Леппер Анджей	http://alepper.blog.onet.pl	24.03.2010/ 19.07.2010	285 204	9 125	7	94
Моравецький Корнель	http://kornelmorawiecki.blog.onet.pl	02.07.2010/ 26.07.2010	2 799	68	6	7
Наперальський Гжегош	http://napieralski.blog.onet.pl	16.02.2010/ 24.05.2010	300 846	9 128	23	12
	http://www.napieralski.com.pl/blog	26.04.2010/ 07.03.2011	-	-	-	11
Олеховський Анджей	-	-	-	-	-	-
Павляк Вальдемар	http://waldemarpawlak.blog.onet.pl	01.05.2010/ 02.10.2011	1 010 167	19 164	153	164
Богуслав Зентек	-	-	-	-	-	-

Джерело: Складено автором на основі дослідження платформ для ведення блогів

станом на 1 листопада 2011 р. – 48 167 643 читача і 317 944 коментарі.

Онлайн-щоденник Я. Корвін-Мікке на ресурсі *Onet.pl* займає перше місце в розділі «політичні блоги». У щоденнику на час проведення дослідження було написано 2 604 пости, тобто в середньому один запис на день, кожен пост у середньому мав 122 коментарі. Найменш популярним з-поміж усіх вищезазначених є блог цього політика на економічному ресурсі *Blogbank.pl*, де зроблено лише 39 записів за майже 5 років. Однак попри це за внутрішнім рейтингом сайту *Blogbank.pl* блог Я. Корвіна-Мікке займає 3-є місце в рейтингу «найбільше коментарів».

В інші два блоги Я. Корвін-Мікке встигає писати по 2–3 пости щодня. Він коментує поточні події, а також діяльність політичних опонентів, колег, політичних діячів інших країн, обговорює закони, пропонує способи їх удосконалення, розповідає про власні політичні уподобання. Оформлення блогів досить нерівномірне – видно, що автор здебільшого переймається змістом, аніж оформленням сторінки, однак водночас він викладає фото (наприклад, з подорожей по країні під час повені 2010 р.) та відео. Можна висновувати, що цей політик є найактивнішим у веденні онлайн-щоденника, на нього найбільше посилаються інші джерела – 342 посилання. Для порівняння: на блог А. Моравецького посилається 6 джерел, на блог Г. Наперальського – 23.

Анджей Леппер для ведення онлайн-щоденника також обрав платформу *Onet.pl*. Дати його створення та останнього запису дозволяють із упевненістю заявити, що цей ресурс був розроблений під передвиборчу кампанію (вівся лише п'ять місяців). Не дивлячись на те, що кількість записів становила 94, у політика було 285 204 читача і 9 125 відгуків (середня кількість відгуків на один запис – 97). А. Леппер писав про власні подорожі (давав анонси, а потім розміщував звіти про події), залишав привітання зі святами, немало постів присвятив молоді (про її роль у політичному житті країни, патріотичне виховання, співпрацю молоді та партії тощо). Він обговорював зустрічі кандидатів, висував прогнози щодо результатів першого туру.

Корнель Моравецький також обрав платформу *Onet.pl*, де почав вести щоденник 2 липня 2010 р. Останній запис було зроблено 26 липня 2010 р., тобто політик вів щоденник неповний місяць, тільки під час виборчої кампанії. Точна копія цього блогу знаходиться на офіційному сайті кандидата (www.kornelmorawiecki-razem.pl/blog). Тематики записів були відповідні – про дебати, політиків (інтерв'ю, власні роздуми), вечір після голосування. Незважаючи на недовгий термін існування блогу «в робочому стані», його відвідало майже три тисячі осіб, на сім записів було написано 68 коментарів. Автор, подібно до Я. Корвіна-Мікке, більше турбувався про зміст постів, аніж про форму викладу: це цілком текстовий блог, подеколи написаний різними за розміром і кольором шрифтами.

Гжегош Наперальський має блог на власному сайті та на платформі *Onet.pl*. Кількість постів на цих ресурсах є незначною: 11 і 12 відповідно. На ресурсі *Onet.pl* політик почав вести онлайн-щоденник раніше, ніж на власній сторінці, – у квітні 2010 р., а закінчив – у травні 2010 р. Блог на власному сайті він продовжував оновлювати й на момент проведення дослідження.

Тематика обох онлайн-щоденників – особистість та політика Г. Наперальського. Усі пости – текстова інформація. Кожний запис блогу супроводжується якісним фото. Окремий великий пост від 21 травня 2010 р. під назвою «Е-президент Наперальський» описує ставлення кандидата до Інтернету, наголошує на підвищенні його ролі в розвитку польської держави і сучасному житті, необхідності оновлення польських технологій та їх інтеграції у світові інформаційні мережі. Окремо автор торкається проблем запобігання негативним наслідкам використання мережі й забезпечення конфіденційності персональних даних.

Вальдемар Павляк почав писати блог на платформі *Onet.pl* у серпні 2006 р. Станом на березень 2007 р. його

сторінку відвідало 329 808 осіб, на ній було залишено 6 200 коментарів [6, с. 278], станом на листопад 2011 р. ці цифри зросли: 1 010 167 читачів та 19 164 коментаря. Автор написав 164 пости, які жваво обговорюються. Мова політика доповнюється графіками і діаграмами, яких дуже багато в онлайн-щоденнику, до схем подано пояснення, коментарі автора.

Висновки. Політичні блоги – новий простір для політичної комунікації, у якому політик презентує власні погляди Інтернет-користувачам. Кінцевою метою ведення онлайн-щоденника є привернення уваги до політика у віртуальному світі та віддання за нього свого голосу в реальному (вибори), що частково вдалося зробити польським кандидатам на пост Президента країни. Політик має сам вирішувати, чи блог буде політичного, чи публіцистичного характеру. Польські політики для спілкування із виборцями користуються відомою польською платформою *Onet.pl* або створюють сторінку-блог на власному сайті. На популярній в Україні платформі *Livejournal.com* польські політики не здійснювали Інтернет-комунікацій. Такі політики, як Я. Качинський, Б. Коморовський, А. Олександровський, Б. Зентек, не мали власного блогу, хоч дехто з них активно використовував таку форму Інтернет-комунікації, як мікроблоги (про це йдеться у статті автора «Тенденції використання мікроблогів у політичній боротьбі в Республіці Польща» [7]).

Найактивнішим у польській блогосфері є Януш Корвін-Мікке, який не тільки веде онлайн-щоденник на різних платформах, а й пише власні коментарі в інших блогах. Політик має три офіційні блоги, інформація в яких не повторюється. Характерними рисами щоденника Корвіна-Мікке є епатажістність, розкриття цікавих, неочікуваних тем, висловлення думок «без цензури». Оригінальним за змістом варто визнати й щоденник В. Павляка, що характеризує його як спокійного та розсудливого політика. Інші польські політики – А. Леппер, А. Моравецький, Г. Наперальський – вели блоги на платформі *Onet.pl* лише під час передвиборчої кампанії. Онлайн-щоденник А. Леппера мав більше записів і прихильників. Г. Наперальський пише блог на власному сайті не тільки під час виборів. Він продовжує робити записи й після виборів Президента РП, висловлюючи особисту думку з різних політичних подій.

В усіх проаналізованих ресурсах було виявлено оригінальний контент суспільно-політичного характеру, відмічено високу культуру спілкування та використання державної (польської) мови.

Вважаємо, що українським політичним діячам доцільно ознайомитися з досвідом польських колег і розробити концепцію власних онлайн-щоденників. Динамічне спілкування на актуальні політичні теми в мережі Інтернет дозволило б пришвидшити та покращити щоденну політичну комунікацію українських політиків. Використання польського досвіду – насамперед це стосується тематики повідомлень, їх змісту, а також спілкування державною мовою – дозволило б донести до громадян саме ту інформацію, яка може стати вирішальною при прийнятті політичного рішення.

Література

- Nowak J. Zrob to sam – web 2.0 jako sfera politycznej aktywnosci internautow / Jakub Nowak // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze ; redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 165–176.
- Зернецька О. В. Переможна зброя нового господаря Білого Дому / О. В. Зернецька // Зовнішні Справи. – 2008. – № 12. – С. 24–26.
- Зернецька О. В. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації / О. В. Зернецька // Політичний Менеджмент. – 2009. – № 2(35). – С. 13–26.
- Jezinski M. Funkcja blogow politycznych / Marek Jezinski // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze ; redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 177–190.
- Gajowniczek T. Polskie blogi jako forma dyskursu politycznego – proba analizy zjawiska / Tomasz Gajowniczek // Nowe Media i Polityka. Internet, demokracja, kampanie wyborcze ; redakcja Marka Jezinskiego. – Torun : Wydawnictwo Adam Marszalek, 2009. – S. 191–198.
- Grabianowska K. Odzwierciedlenie rzeczywistych pogladow, czy czysta propaganda – blogi politykow / Katarzyna Grabianowska // Media w Polsce. Pierwsza wladza IV RP? ; redakcja naukowa Marek Sokolowski. – Warszawa, 2007. – S. 275–280.

7. Романенко О. Тенденції використання мікроблогів у політичній боротьбі в Республіці Польща / Олена Романенко // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 5–6. – С. 30–32.
8. Garlicki J., Milder D. Wykorzystanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami / Jan Garlicki, Daniel Mider // Studia politologiczne. – 2012. – Vol. 25. – S. 177–207.

Стаття надійшла до редакції 23.04.2013

References

1. Nowak, J. (2009). Do it Yourself – Web 2.0 as a Sphere of Political Activity of Internet Users. *New Media and Policy, Internet, Democracy, Elections Campaigns* (pp. 165-176). In M. Jezinski (Ed.). Torun: Adam Marszalek Publishing House (in Polish).
2. Zernetska O. V. (2008). The Victorious Weapon of a New Owner the White House. *UA Foreign Affairs*, 12, 24-26 (in Ukr.).
3. Zernetska O. V. (2009). Global Political Blogosphere is a New Arena of

- Political Communication. *Political Management*, 2(35), 13-26 (in Ukr.).
4. Jezinski, M. (2009). Political Blog's Function. *New Media and Policy, Internet, Democracy, Elections Campaigns* (pp. 177-190). In M. Jezinski (Ed.). Torun: Adam Marszalek Publishing House (in Polish).
5. Gajowniczek, T. (2009). Polish Blogs as a Form of Political Discourse – an Attempt to Analyze the Phenomenon. *New Media and Policy, Internet, Democracy, Elections Campaigns* (pp. 191-198). In M. Jezinski (Ed.). Torun: Adam Marszalek Publishing House (in Polish).
6. Grabianowska, K. (2007). Reflect the Actual Views or Pure Propaganda – Political Blogs. *Media in Poland. The First Power of IV RP?* (pp. 275-280). In M. Sokolowski (Ed.). Warszawa, Poland (in Polish).
7. Romanenko, O. (2012). Trends of Microblogging Use in the Political Struggle in Poland Republic. *The Economic Annals-XXI Journal*, 5-6, 30-32 (in Ukr.).
8. Garlicki, J., & Milder, D. (2012). The Internet Use in Political Elites Communication with Voters. *Studia Politologiczne*, 25, 177-207 (in Polish).

Received 23.04.2013

УДК 339:327(494+4)«20+21»

О. А. Капинус

аспірант кафедри країнознавства та міжнародного туризму,
Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна
kapinus_oksana@ukr.net



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ У КОНТЕКСТІ ШВЕЙЦАРСЬКОГО ДОСВІДУ

Анотація. Проаналізовано перспективи розвитку відносин Європейського Союзу і Швейцарської Конфедерації крізь призму використання швейцарського досвіду при реалізації євроінтеграційної складової зовнішньої політики України. На основі вивчення окремих сценаріїв розвитку взаємин Швейцарії та ЄС наголошено на їхніх потенційних перевагах і недоліках у разі використання Україною. Зазначено, що ключовим у стосунках між Києвом та Брюсселем залишається двосторонній формат відносин. Укладення угод про асоціацію і поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між Україною і ЄС лише сприятиме його зміцненню. З огляду на це підкреслено важливість швейцарського досвіду в площині врегулювання сфер двосторонньої взаємодії, на які не поширюватимуться положення угод. Розглянуто інші форми взаємодії України з Європейським Союзом, зокрема в межах Східного партнерства, й наголошено на їхній компліментарності, тимчасовості та низькій ефективності. У цьому контексті показано значення комплексної рецепції тривалого досвіду розвитку окремих форматів білатералізму Швейцарії та ЄС, що може розглядатися як продуктивна основа для більш ефективної реалізації національних пріоритетів України в євроінтеграційному контексті.

Ключові слова: Європейський Союз, Швейцарська Конфедерація, інституціоналізація, євроінтеграція України.

О. А. Капинус

аспірант кафедри страноведения и международного туризма,
Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Украина

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ УКРАИНЫ С ЕВРОПЕЙСКИМ СОЮЗОМ В КОНТЕКСТЕ ШВЕЙЦАРСКОГО ОПЫТА

Аннотация. Проанализированы перспективы развития отношений Европейского Союза и Швейцарской Конфедерации сквозь призму использования швейцарского опыта при реализации евроинтеграционной составляющей внешней политики Украины. На основе изучения отдельных сценариев развития взаимоотношений Швейцарии и ЕС отмечены их потенциальные преимущества и недостатки в случае использования Украиной. Указано, что ключевым в отношениях между Киевом и Брюсселем остается двусторонний формат отношений. Заключение соглашений об ассоциации и углубленной и всеобъемлющей зоне свободной торговли между Украиной и ЕС будет только способствовать его укреплению. Учитывая этот факт, подчеркнута важность швейцарского опыта в плоскости урегулирования сфер двустороннего взаимодействия, на которые не будут распространяться положения соглашений. Рассмотрены другие формы взаимодействия Украины с Европейским Союзом, в частности в рамках Восточного партнерства, и отмечена их комплиментарность, временность и низкая эффективность. В этом контексте показано значение комплексной рецепции длительного опыта развития отдельных форматов билатерализма Швейцарии и ЕС, что может рассматриваться как продуктивная база для более эффективной реализации национальных приоритетов Украины в евроинтеграционном контексте.

Ключевые слова: Европейский Союз, Швейцарская Конфедерация, институционализация, евроинтеграция Украины.

Oksana Kapinus

Ph.D. Student, Ivan Franko Lviv National University, Ukraine

PROSPECTS OF UKRAINE'S RELATIONS WITH THE EUROPEAN UNION DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF SWISS EXPERIENCE

Abstract. The prospects of relations of the European Union and Swiss Confederation through the prism of involvement of Swiss experience in the implementation of European integration component of foreign policy of Ukraine are analyzed. Based on the study of individual scenarios of relations of Switzerland and the EU, their potential advantages and disadvantages in the case of Ukraine are stressed. It is noted that the key format of relations between Kyiv and Brussels is a bilateral one. The Agreement of Association as well as Deep and Comprehensive Free Trade Area between the EU and Ukraine will only contribute to its strengthening. In this regard the importance of Swiss experience in settlement of areas of bilateral cooperation which shall not be applied to the provisions of agreements is stressed. Other forms of cooperation between Ukraine and the European Union are considered, particularly within the Eastern Partnership Policy, and their complementarity, temporality and low efficiency are highlighted. In this context, the value of the complex reception of longstanding experience of the individual formats of bilateral relations between Switzerland and the EU is underlined, which can be considered as a productive basis for more effective implementation of the national priorities of Ukraine in the European integration context.

Key words: the European Union; Switzerland; institutionalization; the European integration of Ukraine; Free Trade Area.

JEL Classification: F15, F42, O10, O52, P16