

УДК 342.1

DOI <https://doi.org/10.32782/1813-338X-2023.2.53>**Т. А. Волянук**аспірантка кафедри загальної теорії права та держави
Національного університету «Одеська юридична академія»

ОБРАЗ ДЕРЖАВИ: ГЕНЕЗА ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ У СУЧАСНІЙ НАУЦІ

У статті висвітлено одну з актуальних проблем у теорії держави і права – визначення образу держави. Ця проблематика є комплексною та міждисциплінарною, тому потребує вивчення різних підходів до дослідження. Аналіз наукових праць дозволяє виділити наступні підходи до розуміння образу держави: психологічний, культурологічний, маркетинговий та соціологічний. Кожен із них з огляду на предмет та метод відповідної науки по різному визначає поняття образу держави, що ускладнює формулювання єдиного його визначення.

На думку автора, дослідження феномену образу держави в межах будь-якої однієї з перелічених вище наук не дозволяє повною мірою розкрити сутність відповідного поняття та вимагає одночасного аналізу наукових положень філософії, психології, політології, економіки.

Особливе місце серед наук, які вивчають поняття образу держави належить філософії. На її теренах виникла, уточнювалась та удосконалювалась концепція поняття «образ». Психологічний підхід до розуміння образу держави полягає у тому, що образ є певним синтезом двох основних компонентів: існуючого у масовій свідомості ідеального образу держави та реальних рис держави. Займаючи проміжну позицію між реальною ситуацією та психологічним, емоційним очікуванням цільової аудиторії – реципієнтів образу, останній розширює можливості сприйняття об'єкта, при цьому тільки у заданому векторі, дозволяючи додати окремі риси відповідного образу.

Інший, просторово-географічний, підхід передбачає, що образ держави визначає її простір, тому відповідно до нього географічний образ держави – це продукт формалізації, концентрації (стиснення) найбільш яскравих, характерних зосереджених знаків, символів, ключових уявлень, що описують реальні простори держави.

Представники економічного (маркетингового) підходу розглядають образ держави як конкурентний ресурс, використання якого може стати підґрунтям збалансованого розвитку країни та одним із шляхів збереження солідарності в суспільстві, запобігання соціально-класових конфліктів, захист національно-державних інтересів перед обличчям внутрішніх і зовнішніх загроз.

Узагальнення окреслених підходів дозволило автору запропонувати власне визначення образу держави як соціально-психологічного феномену, що є результатом відображення сутнісних характеристик держави, принципів та особливостей її функціонування в масовій політичній свідомості, вираженим у вигляді динамічної системи цінностей, уявлень, установок, очікувань, оцінок, детермінованих сукупністю екзогенно-ендогенних факторів.

Ключові слова: образ держави, свідомість, уявлення, психологічний, економічний, простір, геополітичний.

Постановка проблеми. З огляду на існуючі тенденції та об'єктивні умови життя для кожного суб'єкта політичної, економічної та соціальної взаємодії у світі виникла необхідність формування образу держави. Разом з тим існують суттєві розбіжності у визначенні цього поняття як серед зарубіжних, так і вітчизняних науковців.

Проблематика образу держави є комплексною та міждисциплінарною, тому потребує вивчення різних підходів до дослідження цієї теми. Аналіз наукових праць, присвячених

цій проблемі, дозволяють виділити наступні підходи до розуміння образу держави: психологічний, культурологічний, маркетинговий та соціологічний, а також підхід, пов'язаний із взаємодією зі ЗМІ.

Кожен із них відповідно до предмету та методу відповідної науки по різному визначає поняття образу держави, що ускладнює формулювання єдиного його визначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню поняття образу держави присвя-

тили свої наукові праці такі вітчизняні науковці, як І.Я. Гриник, І.В. Долматов, Д.А. Купрієнко, Ю.М. Оборотов, М.О. Орап, Н.М. Савелюк, Р.Г. Сухомлин, Р.М. Хавула, Н.В. Хазратова, О.М. Щурко та ін.

Разом з тим, на нашу думку, дослідження феномену образу держави в межах будь-якого одного з перелічених вище напрямків не дозволило повною мірою розкрити сутність відповідного поняття та вимагає одночасного аналізу положень різних наук, предметом вивчення яких є образ держави. Серед них: філософія, соціологія, психологія, політологія, економіка та ін.

Враховуючи зазначене, **метою статті** є дослідження історії розвитку поняття образу держави та основні підходи до розуміння у сучасній науці.

Виклад основного матеріалу. Особливе місце серед наук, які вивчають поняття образу держави є філософія. На її теренах виникла, уточнювалась та удосконалювалась концепція поняття «образ». Філософія трактує образ як дещо причетне до способу існування людини. Образ пов'язаний із пізнанням реальності та виникає на межі суб'єктивного (психічного) та об'єктивного (трансцендентного).

Теоретичне осмислення поняття «образ» бере свій початок ще в епоху античності, а сам термін «образ» походить від грецького слова *eidos* (ейдос), яким в античній філософії позначали форму відображення й освоєння людиною зовнішнього світу. Однак античні філософи трактують це поняття неоднозначно. Так, наприклад, представник Елійської школи Парменід у своєму вченні трактує «образ» як ознаку, дещо неіснуюче. Атомісти розуміють поняття «образ» як «відображення» предмета, яке фізично складається з атомів, але більш легких, ніж атоми самого предмета. Ксенофонт уважав, що «образ» мав характер фізичної схожості («примари»), яка йшла від істинного предмету в очі та/або в душу людини [1, с. 135].

На думку Платона, образ – це відображення певної речі. У діалозі «Софіст» Платон виділяє два види образів – копії, претенденти, забезпечені подобою, а також хибні претенденти, що виникають на основі відсутності схожості, позначають відхилення або збочення – симулякри. Копія повинна бути подібною до ідеї речі – це образ, забезпечений подобою, а симулякр постає як копія копії, образ, позбавлений подоби. За Платоном, симулякр – це підробка копії, тобто копія копії, образ образу, знак знака. Платон намагається відрізнити поняття копії

й симулякра одне від одного. Копія постає вимушеною, необхідною підробкою оригіналу, котра відображає, символізує внутрішню сутність свого референта. Симулякр же відтворює лише образну імітацію референта, сутнісно відрізняючись від нього [2, с.116]. Дія симулякру розглядається у значенні «знаку», започаткованого у процесі сигналізації; він береться у значенні «костюму» або ще точніше «маски», що вказує на процес переодягання, в якому за межами маски існує ще й інша [3].

Погляд на образи як на прояв відтворюючої діяльності зберігся у середньовіччі.

Нового тлумачення вони отримали у працях Бруно, який стверджував, що людська уява сама є джерелом пізнання. Робота уяви переодягає розуму та створює його [4, с. 192].

Розвиваючи підходи до розуміння образу, Юм визначав його як усяку істину, яка нам доступна. Як і Платон, Юм стверджував, що людське існування пов'язане зі світом за допомогою образів.

Вперше проблема образу була виділена в окрему тему на початку XIX століття. Гегель, розглядаючи поетичне мистецтво, заклав фундамент для теоретичних конструкцій наступних поколінь філософів. У свою чергу Кант висловив тезу, що процес формування образу обов'язкова умова будь-якого знання. Він стверджував, що процес створення образів є як відтворенням, так і створенням. Кант помістив синтетичні категорії та процес створення образів трансцендентно по відношенню до розуму [5, с. 20-21]. Праці Канта дозволили помістити образи у центр сучасних теорій пізнання, мистецтва, буття та психології. Філософська думка перестала розглядати образи як копії чи копії копій та надала їм роль джерела змісту та нашого відчуття буття та реальності. Саме виникнення образів породжує нашу свідомість, яка у свою чергу дозволяє пізнати наш світ.

За допомогою аналізу суб'єктивних образів почав своє дослідження людського розуму З. Фрейд. На його думку психічний образ – це зліпок у свідомості особистості потягів та інстинктів. Вчений вважав, що психічні образи пов'язані з внутрішнім світом суб'єкта, а не із зовнішньою реальністю, у зв'язку з чим вони відображають особливості сфери несвідомого. Саме образам З. Фрейд відводить роль репрезентаторів патологічних областей в особистісній сфері. У психоаналітичній традиції основними методами вивчення несвідомого є метод вільних асоціацій і метод аналізу сновидінь, що ґрунтуються на роботі з образами. Відповідно до точки зору

З. Фрейда, це єдиний спосіб відкрити прояви несвідомого у свідомості. Незважаючи на роботу з образами, З. Фрейд у своїх наукових працях практично не впроваджує це поняття, використовуючи поняття «враження», «переживання», «думка» і інші [6, с. 86].

Проте диспозиція категорії образу до аналізованих явищ має теоретичне та практичне підґрунтя. На думку З. Фрейда, те, що набуває суб'єкт в процесі свого життя і в результаті накопичення особистого досвіду при сприйнятті зовнішнього світу, стає його свідомістю. Поняття «образу» для психоаналітичного напрямку є теоретичною та емпіричною основою, виходячи з якої вибудовується система вивчення природи [6, с. 86].

Здатність психіки створювати образи дає особистості можливість переживання реальності, оскільки індивід живе у світі образів. У Юнга категорія образу безпосередньо пов'язана з поняттям архетипу. Вчений вперше використовує термін «архетип» 1919 році, в основі якого лежить ідея про деякі «первинні образи несвідомого», що збігаються з основними темами різних культур. Будучи родоначальником індивідуального образу, архетип насичує його власним життєвим досвідом, роблячи його усвідомленим. Юнг приписує образам те, що вони привносять усвідомлення в особистий досвід, з'єднують сфери свідомого і несвідомого. Образ є тим механізмом, який істотно насичує архетипи і перетворює їх із несвідомого у сферу свідомого. У психоаналітичному напрямі образ уперше стає об'єктом ґрунтового теоретичного осмислення [6, с. 87].

У сучасній українській психології поняття образу трактується як «суб'єктивна картина світу або його фрагментів», що «містить у собі самого суб'єкта, інших людей, просторове оточення і часову послідовність подій». Наголошується, що це поняття використовується у декількох своїх значеннях. Поряд із традицією, яка пов'язує з образом переважно перцептивні форми знання, існує синонімічне щодо категорії психічного відображення трактування [7, с. 292].

Системне поєднання різних напрямів і рівнів аналізу дозволило Боулдінгу визначити образ «сонцем» того, про що ми думаємо, що ми знаємо і що змушує нас поводитися саме так, як ми це робимо; а також розглядає його як такий рівень абстракції, з якого «всі сегменти нашого Всесвіту можна оглянути та впорядкувати» [8, с. 6-7].

На думку М. Орап, Н. Савелюк та Я. Кальби, така системна позиція чітко демонструє, що в основі конструювання будь-якого психічного образу лежать, поряд із психологічними, особистісними, індивідуальними, також і різні соціальні чинники [8, с. 7]. З огляду на зазначене О.М. Щурко вказує на базову ролі архетипів, стереотипів і міфів у формуванні образу держави. Саме згадані утворення, на її думку, є тими «ключами», які одночасно як спрощують, полегшують сприйняття певного образу, так і «звужують його рамки» й формують «запрограмоване ставлення», пов'язане з досвідом попередніх поколінь. При цьому функціональні аспекти образу держави виявляються через: 1) відображення у свідомості людей; 2) відчуття, сприйняття, уявлення на чуттєво-емоційному рівні; 3) пізнання через розуміння, судження, інтерпретацію на раціонально-мисленнєвому рівні [9, с. 413].

Схожу позицію займає Н.В. Хазратова, яка визначає образ держави як складне багаторівневе утворення, репрезентативне як у свідомості, так і у несвідомому у вигляді певних перцептивних характеристик (рисни держави, що сприймаються, атрибутуються) [10, с. 4].

С.І. Позняк до системи уявлень про державу включає три смисли, а саме: суспільство, регламентоване нормами і правами, уряд як множину органів адміністрування та територію. На його думку, ознакою демократичної політичної культури є формування уявлення про розрізнення, а не цілковиту тотожність суспільства і держави [11, с. 145].

Таким чином, психологічний підхід до розуміння образу держави полягає у тому, що образ є певним синтезом двох основних компонентів: існуючого у масовій свідомості ідеального образу держави та реальних рис держави. Займаючи проміжну позицію між реальною ситуацією та психологічним, емоційним очікуванням цільової аудиторії – реципієнтів образу, останній розширює можливості сприйняття об'єкта, при цьому тільки у заданому векторі, дозволяючи додумати окремі риси відповідного образу.

Інший, просторово-географічний підхід передбачає, що образ держави визначає її простір. Як зазначають Ю.М. Оборотов та І.В. Долматов усвідомлення світу виступає як безупинний просторовий розвиток, у рамках якого відбувається приватизація земель і формується образно-географічне бачення світу [12, с. 8].

Держава завжди існує в межах певної території і не може бути відділеною від неї. Тому

в образі держави неодмінно присутні уявлення про географічне положення, які, власне і відображають географічний образ як це сукупність уявлень про простір, його наповнення, структуру, властивості його частин. Географічний образ є таким, що вбирає в себе найбільш важливі, яскраві знаки, символи та уявлення про простір. Компонентами географічного образу, які мають значний вплив на імідж держави загалом, є: а) розмір території держави, б) географічне розташування (континенти, сторони світу тощо) та належність до певного геополітичного регіону; в) географічні об'єкти: міста (особливо столиці), моря, річки, озера, гори тощо; г) клімат, погодні умови; д) тваринний і рослинний світ; е) корисні копалини; є) екологічна ситуація (стихійні лиха та техногенні катастрофи) [13, с. 32-33].

Окрему увагу представники просторово-географічного напрямку приділяють геополітичному образу держави.

В умовах постмодерну геополітика образів виступає як цілеспрямоване позиціонування та маніпулювання спеціалізованими географічними образами в ментально-географічному просторі. Серед фундаментальних геополітичних образів, пов'язаних з державним простором, є такі як «Європа», «Євразія», «Візантія», «Атлантика» та ін. [12, с. 9].

Геополітичний образ розглядають як окремий випадок географічного образу, розуміючи під ним сукупність уявлень про географічний простір, що формуються в результаті людської діяльності, пов'язаної з певним типом географічного простору – політико географічним, культурно географічним, соціально географічним, економіко географічним. Ці уявлення існують у вигляді компактних моделей певного типу географічного простору, створених для ефективного досягнення тих чи інших цілей. Необхідність осмислення способів конструювання таких моделей зумовлена можливістю оперувати не лише реальними географічними об'єктами чи їх поняттями, а самими географічними образами, які, відокремившись від реальних прототипів, живуть незалежно, так що на традиційний фізично географічний простір накладаються численні «шари» його образів, осібних за походженням, структурами, способами функціонування і спеціалізації. На певний політичний, фізичний і соціально економічний географічний субстрат, базу даних накладаються різні, різномірні політико географічні та геополітичні уявлення, що інколи суперечать одне

одному, – місцевого населення, військових, політичних і державних діячів, утворюючи складний конгломерат, систему політико географічних образів, яка реагує на зовнішні впливи і змінює при цьому свою конфігурацію та структуру. Тому сама влада можлива сьогодні не інакше, як серія певних наративних образно географічних стратегій, які, з одного боку, спираються на рівень розвитку географічних уявлень про певний простір, а з іншого – на специфічну політико ідеологічну спрямованість різного роду акцій (воєнних, політичних, економічних, культурних), які здійснюються в цьому просторі різними зацікавленими силами чи державами [14, с. 139].

Як зазначає М. Шульга, географічний образ виникає внаслідок перетинання і взаємодії різних географічних та парагеографічних понять. Наприклад, культурологічних, історіософських, політологічних, економічних тощо. Отже, створений географічний образ одночасно є і модифікацією «старих» географічних знань, і новим географічним знанням, у якому географічний простір своєрідно «згорнутий» відповідно до певної мети чи ситуації. Це означає, що географічні образи одних і тих же географічних об'єктів можуть набувати різних форм залежно від цілей і завдань їх творців чи умов створення. Завдяки різним географічним образам один і той же географічний простір може бути по різному представлений у свідомості людей. «В загальному смислі географічний образ – це сукупність яскравих, характерних згрупованих знаків, символів, ключових уявлень, які описують якісь реальні простори (території, місцевості, регіони, країни, ландшафти тощо)». Особливістю географічного образу є його властивість, по-перше, інтегрувати два типи знання – процедурне, тобто знання того, як треба діяти, і декларативне, тобто сукупність минулого досвіду стосовно тих чи інших подій та дій. Друга особливість – здатність переводити досить складні структури сприйняття і опису географічного простору в прості та універсальні коди шляхом вилучення непотрібних (з огляду на поставлену мету) географічних знань про ті чи інші об'єкти. Крім цього, за допомогою географічного образу різномірні події та факти можуть бути розміщені в одночасовій просторовій структурі [14, с. 139-140].

Таким чином, географічний образ держави – це продукт формалізації, концентрації (стиснення) найбільш яскравих, характерних зосереджених знаків, символів, ключових уявлень, що описують реальні простори держави.

Основоположниками економічного (маркетингового) підходу до розуміння образу держави вважають Ф. Котлера та Д. Гертнера, які стверджують, що образ держави означає «сукупність вірувань та вражень людей щодо країни. Образ – це спрощення великої кількості асоціацій та інформації, пов'язаної з країною. Вони є продуктом розуму, який намагається обробляти та вибирати важливу інформацію з величезної кількості даних про країну» [15, с. 251]. С.Є. Петропавловська відповідно до запропонованої концепції виділяє наступні складові образу держави: сукупність емоційних і раціональних уявлень, які є наслідком зіставлення усіх ознак держави, а також власного досвіду та чуток, що впливають на створення певного образу [16, с. 54].

Узагальнюючи думки прихильників маркетингового підходу до образу держави О.В. Люльов вважає, що образ держави – це конкурентний ресурс, використання якого може стати підґрунтям збалансованого розвитку країни та одним із шляхів збереження солідарності в суспільстві, запобігання соціально-класових конфліктів, захист національно-державних інтересів перед обличчям внутрішніх і зовнішніх загроз [17, с. 52].

Висновки. Образ держави – це соціально-психологічний феномен, що є результатом відображення сутнісних характеристик держави, принципів та особливостей її функціонування в масовій політичній свідомості, вираженим у вигляді динамічної системи цінностей, уявлень, установок, очікувань, оцінок, детермінованих сукупністю екзогенно-ендогенних факторів. Механізм формування образу держави відрізняється складністю: пов'язаний як психічними особливостями відображення предмета у свідомості, так і з цілеспрямованим впливом влади на ціннісні системи суспільства за допомогою соціальних інститутів, технологій. Специфіка досліджуваного феномену полягає в тому, що образ держави, функціонуючи відповідно до психічних механізмів, має соціальну природу, функціонує у певному соціально-політичному, економічному та культурному контексті.

Список використаних джерел:

1. Приходько І. Дослідження поняття «образ» у гуманітарній парадигмі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 25. Херсон: Вид-во ХДУ, 2016. С. 135-139.
2. Корабльова В.М. Віртуальна реальність як простір симулякрів у поліонтологічному світі постсучасності. *Практична філософія*. 2008. № 1. С. 114-120.
3. Сухомлин Р.Г. Концепт «образ» у філософській антропології. *Вісник Національного авіаційного університету*. Філософія. Культурологія. 2011. № 1. С. 104-107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2011_1_27.
4. Філософський енциклопедичний словник / За ред. В.І. Шинкарук. К.: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. 742 с.
5. Панафідіна О. П. «Імануїл Кант і дві лінії у філософії». Стаття перша». *Актуальні проблеми духовності*. Вип. 12. 2011. С. 3-27.
6. Гриник І.Я., Хавула Р.М. Феномен образу в психологічній науці: аналітичний погляд, сутнісність та особливості прояву. *Габітус*. 2022. Вип. 37. С. 85-89. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2022/37-2022/15.pdf>.
7. Шапар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Х.: Прапор, 2007. 640 с.
8. Орап М., Савелюк Н., Кальба Я. Образ держави як втілення ментальності українського студентства. *Збірник наукових праць РДГУ*. 2023. Вип. 20. С. 5-18. URL: https://prap.rv.ua/index.php/prap_rv/article/view/340.
9. Щурко О.М. Архетип, стереотип і міф в міжнародному образі держави. *Гілея: науковий вісник*. Політичні науки. 2016. № 115. С. 411-414. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_115_103.
10. Хазратова Н.В. Типологічна модель індивідуально-психологічного образу держави. *Соціальна психологія*. 2004. № 4(6). С. 3–13.
11. Позняк С.І. Соціальні уявлення про громадянськість в структурі громадянської компетентності учнівської молоді. *Соціальні уявлення молоді: особливості та шляхи формування*. Колективна монографія. / За ред. І. В. Жадан. К.: Педагогічна думка, 2007. С. 145-181.
12. Оборотов Ю.М., Долматов І.В. Державна територія та державний простір: співвідношення понять. *Актуальні проблеми держави і права*. 2006. Вип. 29. С. 7-11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2006_29_2.
13. Купрієнко Д.А. Державна територія і державний кордон: навчальний посібник. Хмельницький: Видавництво НАДПСУ, 2014. 256 с.
14. Шульга М. Поняття геополітичного образу в сучасній російській геополітиці. *Політичний менеджмент*. 2005. № 5. С. 139-147.
15. Kotler P., Gertner D. Country as brand, product and beyond: a place marketing and brand marketing perspective. *Journal of Brand Management*. 2002. № 9(4/5). P. 249-261.
16. Петропавловська С.Є. Маркетинговий підхід до формування іміджу держави. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. № 1. С. 52-55.
17. Люльов О.В. Маркетинговий підхід до формування іміджу країни: основні детермінанти впливу та драйвери покращення макроекономічної стабільності. *Вісник Сумського державного університету*. Серія Економіка. 2017. №2. С. 47-56.

Volyanuk T. A. The image of the state: the genesis of the concept and the main approaches to understanding in modern science

The article highlights one of the relevant problems in the theory of the state and law – the definition of the image of the state. This issue is complex and interdisciplinary, so it requires the study of different approaches to its research.

A special place among the sciences that study the concept of the image of the state belongs to philosophy. The concept of the concept of “image” arose, was clarified and improved within it. The psychological approach to understanding the image of the state consists in the fact that the image is a certain synthesis of two main components: the ideal image of the state existing in the mass consciousness and the real features of the state.

Another spatial-geographical approach assumes that the image of the state determines its space, therefore, according to it, the geographic image of the state is a product of formalization, concentration (compression) of the most vivid, characteristic concentrated signs, symbols, key ideas that describe the real spaces of the state.

Representatives of the economic (marketing) approach consider the image of the state as a competitive resource, the use of which can become the basis for the balanced development of the country and one of the ways to preserve solidarity in society, prevent social-class conflicts, and protect national-state interests in the face of internal and external threats.

The generalization of the outlined approaches allowed the author to propose her own definition of the image of the state as a socio-psychological phenomenon, which is the result of the reflection of the essential characteristics of the state, the principles and features of its functioning in the mass political consciousness, expressed in the form of a dynamic system of values, ideas, attitudes, expectations, assessments, determined a set of exogenous and endogenous factors.

Key words: *image of the state, consciousness, representation, psychological, economic, space, geopolitical.*