

considers some aspects of the active civil position of the company and of man in particular. Gives a definition of the social and political activeness of citizens. Analyzed the problems and prospects of development of civil activity in Russia. Revealed and substantiated position of the weak formalization at the level of civil activity is fraught with danger not only to increase the split between public organizations and citizens, but also prevents the convergence of civil society and the state strengthens the democratic deficit in a country.

ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Инковская Ю.Н.

Харьковский региональный институт государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины, г. Харьков, Украина (61003, Украина, г. Харьков, Московский проспект, 75), e-mail: yulia.inkovska@gmail.com)

Исследована необходимость внедрения государственной политики брендинга территорий. Актуальность исследования обусловлена необходимостью использования идентичности в рамках формирования государственной политики брендинга территорий. Выявлено, что основой для формирования бренда государства является ее идентичность, которая включает в себя официальные «опознавательные» характеристики государства – комплекс визуальных, вербальных и других признаков, по которым люди идентифицируют страну и совокупность особенностей и ресурсов государства. Доказано, что государственная идентичность нуждается в корректировке, совместных действиях гражданского общества, правительства, представителей бизнеса. Государствам необходимо реагировать и проектировать эти реальные изменения с помощью символов на все целевые аудитории. Даны определения понятиям идентичности и государственной идентичности. Определены направления по формированию идентичности в государственной политике брендинга территорий. Правовое направление предполагает повышение уровня политической ответственности национальной элиты, отказ от популизма, консолидация власти, гражданского общества и представителей бизнеса вокруг национальных интересов, приоритетов прав человека и европеизации социокультурного пространства. Культурное направление направлено на поддержку культурных и исторических памятников, национальных обычаев и традиций. Работа по направлению утверждения национальной идеи способствует консолидации граждан государства.

IDENTITY AS BASE ELEMENT OF THE STATE POLICY OF PLACE BRANDING

Inkovska Y. M.

Kharkiv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of Public Administration attached to the Office of the President of Ukraine, Kharkiv, Ukraine (61003 Kharkiv, Ukraine Moskovsky Prospekt, 75), e-mail: yulia.inkovska@gmail.com

The need in the introduction of the state policy of place branding was studied. The need of using identity in the formation of the state policy of place branding was stipulated. It was identified that the basis for the formation the brand of the place is brand identity, which includes the official «identification» characteristics of a state – a set of visual, verbal and other signs, by which people could identify the country and its main features and resources. It is proved that state identity needs to be adjusted, and it needs joint actions of civil society, government, and business as well. States need to respond and to design these real changes using symbols to all target audiences. The definitions of the concepts of identity and national identity were identified. The directions on the formation of identity in the the state policy of place branding were determined. The legal area provides for the increase of political accountability of the national elite, the rejection of populism, the consolidation of government, civil society and business representatives around national interests, priorities, human rights and the Europeanization of social and cultural space. Cultural orientation is aimed at the support of cultural and historical monuments, national customs and traditions. Work towards the approval of the national idea helps to consolidate citizens of the state.

ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭЛИТЫ В УКРАИНЕ: МОДЕРНИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ОСНОВ

Кернес Г.А.

Национальная академия государственного управления при Президенте Украины, г. Харьков, Украина (61003, Харьков, пл. Конституции, 7), e-mail: 7994845@mail.ru

Статья посвящена вопросам функционирования региональной элиты в Украине. Актуальность темы исследования определяется необходимостью научного обоснования перспективных направлений модернизации организационно-правовых основ функционирования региональной элиты в Украине. Прежде всего, это связано с процессами реформирования общественно-политической системы украинского общества, развитием института местного самоуправления, а также трансформацией функций региональной элиты в условиях демократизации политико-правовых отношений. В данной статье на теоретическом уровне определены функции современной региональной элиты Украины (выделены ее внешние и внутренние составляющие), рассмотрены объективные предпо-

сылки модернизации организационно-правовых основ функционирования региональной элиты, а также определены негативные факторы, влияющие на модернизационную способность региональных элит, к которым можно отнести: незавершенность процессов формирования государственных институтов, неопределенность стратегических направлений общественного развития; несовершенство организационно-правовых основ по определению функций и задач региональной элиты; чрезмерную политизацию в отношениях между национальной и региональной элитами; отстранением региональной элиты от процессов формирования государственной политики; существованием ряда принципиальных противоречий в структуре региональной элиты (экономических, культурных, этнических и др.); неразвитость институтов гражданского общества; чрезмерную централизацию процессов государственного управления; низкий уровень политической культуры, несоблюдение духовных и моральных принципов при формировании состава региональной элиты, невысокий уровень гражданственности, патриотизма и т.п.

REGIONAL ELITE POTENTIAL IN UKRAINE: MODERNIZATION OF ORGANIZATIONAL AND LEGAL FRAMEWORK

Kernes G.A.

National Academe of Public Administration attached to the Office of the President of Ukraine, Kharkov, Ukraine (7 Konstitutsii sq, Kharkov, 61003), e-mail: 7994845@mail.ru

The paper is devoted to the issues of regional elite functioning in Ukraine. The urgency of the research subject is accounted for by the necessity for scientific substantiation of the upcoming trends of modernizing organizational and legal framework of the regional elite functioning in Ukraine. First and foremost, it is connected with the processes of reformation of the Ukrainian society's socio-political sphere, local government institution development, and transformation of the regional elite functions in the context of the political legal relations democratization. The present paper justifies theoretically the functions of the modern Ukrainian regional elite (its external and internal components being identified), considers objective prerequisites for modernization of the organizational and legal framework of the regional elite functioning, and determines the negative factors that affect modernization capacity of the regional elites. The factors in question include: incompleteness of the processes of public institutions formation, vagueness of strategic directions of social development; shortcomings in the organizational and legal framework as to determining the regional elite's functions and objectives; excessive politicization of relations between the national and regional elites; the regional elite exemption from the processes of public policy making; a number of principal contradictions within the regional elite's structure (economic, cultural, ethnic etc.); underdeveloped civil society institutions; over-centralization of public administration processes; low level of political culture, non-compliance with spiritual and moral principles when forming the regional elite's staff, lack of civil consciousness, patriotism and so on.

ПЛЮРАЛИЗМ МЕДИА КАК ФАКТОР ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ, ГРАЖДАНСКИХ И МЕДИЙНЫХ СТРУКТУР

Королев Е.А.

ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет», Санкт-Петербург, Россия (199034, Санкт-Петербург, Университетская набережная, 7-9), e-mail: almaata1@ya.ru

В статье говорится о таком малоизученном явлении как плюрализм средств массовой информации. Автор отмечает ряд тенденций на пути расширения пространства медиа, вписывая СМИ в ряд групп интересов, которые вместе составляют альтернативу политическим партиям. Принцип плюралистичности распространяется одновременно на СМИ, на политические партии, на гражданские организации. Средства массовой информации являются составной частью гражданских организаций и способны быть проводниками их идей, своеобразным мостом между властью и обществом. Анализ сущности политического плюрализма и плюрализма медиа позволяет говорить о взаимосвязанности процессов их развития. Степень конкуренции политических субъектов оказывает влияние на расширение пространства медиа, последнее в свою очередь сказывается на развитии политических процессов.

MEDIA PLURALISM AS A FACTOR INTERPLAY OF POLITICAL, CIVIL AND MEDIA STRUCTURES

Korolev E.A.

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia (199034, Saint Petersburg, University Embankment, 7-9), e-mail: almaata1@ya.ru

The article talks about the poorly studied phenomenon of media pluralism. The author notes several trends of media space expanding, he includes media to a range of interest groups that constitute an alternative to political parties. The principle of pluralism is expanded simultaneously on the media, political parties and civil society organizations. The media are an integral part of civil society organizations and are able to be agents of their ideas, a kind of bridge between the government and the society. Analysis of political pluralism and media pluralism shows interconnectivity of development processes. Level of competition political subjects affects the expansion of media space that impacts on the development the political process.