

Загалом для аналізу розвитку етнічного конфлікту можна використовувати загальну модель розгортання групового конфлікту, розроблену соціологами. У цій моделі конфлікт розглядається як процес, що передбачає, як правило, шість стадій [6, с. 316].

Останній тип конфлікту можна визначити як міжсистемний. Ініціатором такого конфлікту зазвичай є домінуючі етнічні групи в межах суверенних держав. Конфлікти такого типу набувають форми повномасштабної війни і є предметом аналізу соціології війни та теорії міжнародних відносин.

Висновки. Отже, на підставі проведеної характеристики етнополітичного конфлікту можна говорити про потребу його окремого (поряд із політичними конфліктами загалом) розгляду в курсі "Політології". Як складне та багатогранне явище етнополітичний конфлікт можна розглядати в таких темах: "Політична свідомість та політична культура", "Недемократичні політичні режими", "Державна політика", "Міжнародні відносини та зовнішня політика", "Політика та групи інтересів" тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ачкачов В. А. *Этнополитология: Учебник.* – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2005. – 337 с.
2. Зенгхаас Д. *Етнічні конфлікти: причини та шляхи розв'язання // Політологічні читання.* – 1994. – № 2. – С. 179–188.
3. Козлов В.Б. *Проблема насилия в условиях межэтнических конфликтов.* – М.: Московская академия МВД России, 2000. – 41 с.
4. Лиходід Ю. *Сутність етноконфлікту та шляхи його подолання // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАН України: Збірник.* – Сер. Політологія і етнологія. – К., 2003. – Вип. 23. – С. 324–333.
5. Маклян Н.Н., Перепилиця Г.Н., Фареник С.А. *Феномен военно-политического конфликта в современной этнополитической ситуации.* – К.: Ин-тут нац. отношений и политологии НАН Украины, 1995. – 160 с.
6. Мацієвський Ю. *Етнічний конфлікт як суспільний феномен: стан розробки проблеми // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень НАН України: Збірник.* – Сер. Політологія і етнологія. – К., 2005. – Вип. 27. – С. 298–321.
7. Нарочницкая Е.А. *Этнонациональные конфликты и их разрешение: Политическая теория и опыт Запада.* – М.: РАН, 2000. – 96 с.
8. Соловьев А.И. *Политология: политическая теория, политические технологии: Учеб. пособие.* – М.: Аспект Пресс, 2000. – 599 с.

Микола Бучин

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА АДМІНІСТРАТИВНИЙ РЕСУРС: ПРАВОВІ АСПЕКТИ

© Бучин М., 2006

Проаналізовано значення українського законодавства щодо нейтралізації адміністративного ресурсу під час передвиборної агітації. Також розроблені практичні рекомендації стосовно поліпшення виборчого законодавства України як механізму мінімізації владного впливу на вибори.

The role of legislation of Ukraine in neutralization of administrative recourse during elective agitation is analyzed in this article. Also author gave practical recommendation for improvement of elective legislation of Ukraine as mechanism of minimization of power influence on election.

Постановка проблеми. Ставши незалежною державою, Україна задекларувала намір побудувати демократичний політичний режим. Одним з головних чинників, який не дає змоги нашій державі стати демократичною, у класичному розумінні цього слова, є незаконне втручання влади у виборчий процес, тобто, використання владою під час виборів адміністративного ресурсу.

Адміністративний ресурс є явищем, яке порушує права і свободи громадян під час виборів, ставить суб'єктів виборчого процесу у нерівне становище, викривляє волевиявлення виборців, нівелює саме поняття демократії. Тому з адміністративним ресурсом треба боротися, мінімізувати його вплив на виборчий процес.

Однією з основних умов, яка сприяє нейтралізації адміністративного ресурсу, є наявність досконалого законодавства, яке чітко регулює всі етапи виборчого процесу і не допускає втручання влади у перебіг виборів. І хоча досконале виборче законодавство не є панацеєю проти використання адміністративного ресурсу, все ж детальний аналіз українського законодавства щодо його значення у нейтралізації адміністративного ресурсу значною мірою допоможе мінімізувати незаконний вплив владного фактора на виборчий процес і сприятиме побудові в Україні демократичного політичного режиму.

Оскільки період передвиборної агітації є одним з основних етапів виборчого процесу, значна частина різноманітних форм прояву адміністративного ресурсу припадає саме на цей період. Тому законодавче обмеження використання адміністративних важелів впливу під час передвиборної агітації є першочерговим завданням українського законодавця.

Аналіз досліджень. Необхідно зазначити, що в Україні практично відсутні фундаментальні праці, які б комплексно розкривали значення українського виборчого законодавства щодо запобігання використанню адміністративного ресурсу під час виборчої кампанії і, зокрема, під час передвиборної агітації. Існуючі наукові доробки з цього питання, як правило, стосуються лише прямого порушення владою законодавства і не враховують форм прояву адміністративного ресурсу, які знаходяться на межі порушення закону, чи просто ставлять суб'єктів виборчого процесу у нерівне становище, прямо не порушуючи законодавства.

Мета публікації – дослідити, якою мірою українське законодавство сприяє нейтралізації адміністративного ресурсу під час передвиборної агітації і виробити практичні рекомендації щодо поліпшення значення виборчого законодавства України у мінімізації впливу владного фактора на виборчий процес.

Виклад основного матеріалу. Термін “адміністративний ресурс” не є юридичним поняттям. У жодному нормативному акті України немає згадки про це поняття. Однак більшість форм прояву адміністративного ресурсу тою чи іншою мірою описані законодавчими актами нашої держави. Під адміністративним ресурсом ми розуміємо наявність у суб'єкта виборчого процесу в силу приналежності до влади додаткових ресурсів, які дозволяють йому здійснювати законний чи незаконний вплив на перебіг виборчої кампанії з метою отримання перемоги на виборах.

Здебільшого застосування адміністративного ресурсу приховує порушення законодавства України. Проте потрібно відзначити, що не всі порушення законодавства можна вважати використанням адміністративного ресурсу. Порушення закону можуть здійснювати і суб'єкти виборчого процесу, які не належать до влади чи не підтримуються нею. Також правопорушення може вчинити член виборчої комісії чи інша людина і без адміністративного тиску на неї з боку влади, а через власні уподобання чи з інших причин. А адміністративним ресурсом будуть лише ті порушення законодавства, які здійснені внаслідок адміністративного впливу.

Крім того, не всі випадки використання адміністративного ресурсу є прямим порушенням закону. Деякі форми прояву цього явища важко назвати незаконними (у зв'язку з особливостями посадового становища представників влади), чи вони знаходяться на межі порушення законодавства.

За період незалежності України відбулися чотири виборчі кампанії по виборах народних депутатів України та чотири виборчі кампанії по виборах президента України. Кожні із згаданих виборів проводилися на основі нових виборчих законів. На нашу думку, це є цілком виправданим, оскільки з часом різні суб'єкти виборчого процесу винаходять щораз нові способи використання адміністративного ресурсу та “брудних” виборчих технологій, вчать обходити закони стороною. Також відбувається розвиток і вдосконалення політичного консалтингу та виборчого PR (зокрема, “чорного” PR).

Крім того, лише практика проведення наступних виборчих кампаній в Україні показує недоліки поточного виборчого законодавства. Тому попереднє виборче законодавство виявлялося нездатним повною мірою забезпечити проведення демократичних виборів і потребувало вдосконалення.

Як вже було відзначено, здебільшого застосування адміністративного ресурсу приховує порушення законодавства України. До цих порушень зараховують такі явища, як корупція, недотримання законодавства про вибори, про державну службу, про політичні партії тощо. Перші два способи використання адміністративного ресурсу (тиск на виборців та тиск на конкурентів) є винятково протизаконними, а третій спосіб – використання адміністративного ресурсу для ведення власної виборчої кампанії – знаходиться на межі порушення закону, і такі порушення довести дуже важко.

Одним з центральних етапів виборчого процесу є передвиборна агітація. Тому цей етап виборчої кампанії потребує дуже детальної уваги з боку законодавця.

Варто наголосити, що у виборчому законодавстві України відсутня дефініція передвиборної агітації. Законодавець лише розкриває різноманітні форми передвиборної агітації. Крім того, “передвиборна агітація може здійснюватися у будь-яких формах та будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України” [2, ст. 58, п. 1)].

Чинний Закон України “Про вибори президента України” від 18 березня 2004 р. не містить також дефініції такого важливого складника передвиборної агітації, як політична реклама, що негативно впливає на рівень демократичності виборчого процесу. Тому ми вбачаємо дуже позитивний крок у тому, що у Законі України “Про внесення змін до Закону України “Про вибори народних депутатів” від 7 липня 2005 р. вперше в історії українського виборчого законодавства розкрито поняття політичної реклами. Законодавець визначає політичну рекламу як “будь-які не заборонені законами України друковані, усні, звукові та аудіовізуальні види і форми ідейного впливу на людей, що мають на меті прямо або опосередковано привернути увагу до суб’єктів виборчого процесу, сформувати у суспільстві та у свідомості громадян позитивне або негативне ставлення до них або спрямувати політичну поведінку громадян і соціальних груп у їх ставленні до суб’єктів виборчого процесу під час виборів, у тому числі інформаційні повідомлення про заходи, що проводяться або підтримуються із вказаною метою” [3, ст. 66, п. 3)].

Однак законодавство України недостатньо чітко регулює поняття прихованої політичної реклами, яка на практиці використовується провладними суб’єктами виборчого процесу дуже часто і ставить їх у нерівні умови з опозиційними суб’єктами виборчого процесу. Так, згідно з законодавством “офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів у депутати, пов’язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією України або законами України ... не належать до передвиборної агітації” [3, ст. 66, п. 5)]. Крім того, такі офіційні повідомлення не повинні містити коментарів агітаційного характеру, відео-, аудіо записів, кіно- та фотозйомок про дії вищезгаданих суб’єктів виборчого процесу.

Однак ніхто не заборонить суб’єкту виборчого процесу носити з собою чи вдягати речі, які містять символіку, надписи, емблеми певної політичної сили. Тому ми вважаємо за доцільне цю норму законодавства доповнити заборонаю на згадування в контексті повідомлень назви чи демонстрації візуального зображення символів, знаків, емблем тощо суб’єкта виборчого процесу.

У цьому сенсі дуже позитивною нормою, що дає змогу суттєво зменшити рівень прихованої агітації та використання адміністративного ресурсу, є норма, згідно з якою “фінансова підтримка партією (блоком) – суб’єкт виборчого процесу чи кандидатом у депутати проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрацій фільмів, телепередач чи інших заходів може здійснюватися лише за рахунок коштів виборчого фонду відповідної партії (блоку)” [3, ст. 66, п. 4)].

Виборче законодавство України надає всім суб’єктам виборчого процесу право проводити передвиборну агітацію на рівних умовах. Так, для агітації у ЗМІ за рахунок коштів державного бюджету суб’єктам виборчого процесу надається однакова площа та однаковий час в ефірі. Агітація у ЗМІ всіх форм власності за рахунок коштів виборчого фонду теж відбувається „на умовах рівної оплати за одиницю ефірного часу чи друкованої площі та обмежується лише граничним розміром витрат виборчого фонду” [2, ст. 60, п. 5)].

Для цього відповідні ЗМІ встановлюють розцінку вартості одиниці друкованої площі та одиниці ефірного часу не пізніше 130 днів до виборів. Ці розцінки не можна змінювати протягом виборчого процесу. Також ЗМІ не можуть надавати знижки чи встановлювати надбавки на оплату одиниці друкованої площі чи ефірного часу певним суб’єктам виборчого процесу. Крім того, передвиборну агітацію потрібно проводити на основі договору між суб’єктом виборчого процесу та ЗМІ, без якого (а також без надходження коштів на рахунок відповідного ЗМІ) агітація заборонена.

Суттєвим запобіжником використанню адміністративного ресурсу на виборах є також норма, згідно з якою ЗМІ у разі надання одному суб’єкту виборчого процесу можливості для передвиборної агітації не може відмовити іншим суб’єктам виборчого процесу у проведенні агітації на таких самих умовах. Виняток становлять ЗМІ, засновниками (власниками) яких є суб’єкти виборчого процесу. Схожу норму застосовують і під час проведення передвиборних публічних заходів чи передвиборної агітації у приміщеннях незалежно від форм власності.

Законодавством України заборонено працівникам ЗМІ під час виборів у своїх передачах та матеріалах, які не обумовлені відповідними угодами, “агітувати за чи проти певних суб’єктів виборчого процесу та надавати їм перевагу в будь-якій формі” [3, ст. 71, п. 6)]. Крім того, впродовж 20 хвилин до і після радіо чи відео трансляції політичної реклами “забороняється на тому ж каналі мовлення у будь-

якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборної агітаційної програми, давати будь-яку інформацію щодо цієї партії (блоку), висунутих нею кандидатів у депутати” [3, ст. 69, п. 5].

Прозорості виборчого процесу та зменшенню рівня використання прихованої політичної реклами сприяє норма чинного закону, який регулює проведення президентських виборів, згідно з якою заборонено виготовляти та розповсюджувати друковані агітаційні матеріали без зазначення відомостей про установу, що здійснила друк, тираж матеріалів, інформації про осіб, котрі відповідальні за випуск продукції. Це ж стосується і зовнішньої реклами.

Також ЗМІ під час оприлюднення результатів соціологічних опитувань, пов'язаних з виборами, повинні обов'язково зазначити організацію, яка здійснювала опитування, час його проведення, кількість опитаних, метод збирання інформації, точне формулювання питання та статистичне оцінювання можливої помилки. Також законодавець забороняє ЗМІ протягом останніх 15 днів до дня виборів поширювати будь-які результати соціологічних опитувань, які стосуються виборів. Однак ця норма є недостатньо чіткою, що дає багато можливостей для її обходу (публікування опитувань експертної думки тощо).

Однак вищезгаданий закон регулює в цьому сенсі лише друковану та зовнішню рекламу. Тому доволі позитивним моментом, на нашу думку, стала персоніфікація електронної політичної реклами у Законі України “Про внесення змін до Закону України “Про вибори народних депутатів України” від 7 липня 2005 р. Згідно з цим законом “протягом демонстрування політичної реклами обов'язково демонструється повна назва її замовника у формі текстового повідомлення, яке має займати не менше п'ятнадцяти відсотків площі екрану і бути виконане контрастним кольором до фону та бути сприйнятним для глядача” [3, ст. 69, п. 13].

Дуже часто за використанням адміністративного ресурсу стоїть зловживання посадовими особами своїм службовим становищем. І хоча законодавством України регулюється участь державних службовців у виборчому процесі, однак проблема впливу чиновників на виборчий процес залишається дуже актуальною.

Чинним законодавством України заборонено участь у передвиборній агітації органів державної влади та органів місцевого самоврядування, членів виборчих комісій, а також посадових та службових осіб владних органів (крім випадків, коли відповідна особа є суб'єктом виборчого процесу). Крім того, вищезгаданим чиновникам, котрі є суб'єктами виборчого процесу, „забороняється залучати для передвиборної агітації або використовувати для будь-якої роботи, пов'язаної з проведенням передвиборної агітації, підлеглих їм осіб за місцем роботи чи інших осіб, що перебувають у службовій залежності чи адміністративному підпорядкуванні від них (у робочий час)” [3, ст. 71, п. 22]. Ця заборона стосується також використання службового транспорту, зв'язку, приміщень, устаткування та інших ресурсів і об'єктів за місцем роботи.

Вищезгадані норми закону хоч і запобігають значною мірою використанню провладними суб'єктами виборчого процесу адміністративного ресурсу, все ж містять, на нашу думку, деякі упущення. Зокрема із положення закону випливає, що поза робочим часом кандидати-посадовці можуть цілком законно залучати до передвиборної агітації чи іншої роботи, яка пов'язана з агітацією, осіб, котрі не є посадовцями, але перебувають у службовій залежності чи адміністративному підпорядкуванні (водії, секретарі та ін.). Крім того, кандидати-посадовці не за місцем роботи можуть використовувати службовий транспорт, зв'язок, приміщення, устаткування, інші об'єкти та ресурси для власної агітації.

Також потрібно пам'ятати, що виборчий процес не обмежується лише періодом агітації. Тому законодавством не регулюється використання підлеглих працівників (зокрема, посадовців) на інших етапах виборчого процесу. Не регулюється виборчим законодавством України і ситуація, згідно з якою надання кандидатам-посадовцям службового обладнання відбувається “добровільно”, з “власної ініціативи” його підлеглими.

Як бачимо, вищезгадані формулювання норм законодавства ставлять провладних суб'єктів виборчого процесу у краще становище порівняно з іншими суб'єктами виборчого процесу і сприяють значною мірою застосуванню адміністративного ресурсу.

Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про вибори народних депутатів України” від 7 липня 2005 р. містить додаткові (порівняно з чинним законом, який регулює проведення президентських виборів) обмеження щодо використання провладними суб'єктами виборчого процесу службового становища. Так, забороняється використовувати для передвиборної агітації службові чи виробничі наради та збори колективів. Також забороняється використовувати приміщення органів влади для ведення передвиборної агітації за рахунок коштів виборчих фондів політичних партій (блоків), та розміщувати агітаційні матеріали у вищезгаданих приміщеннях та будівлях.

Крім того, згідно з Законом України “Про внесення змін до Закону України “Про вибори народних депутатів України” від 7 липня 2005 р. “розміщення носіїв політичної реклами, а також розповсюдження політич-

ної реклами через радіотрансляційні або інші мережі сповіщення пасажирів, у транспортних засобах громадського користування, на станціях метрополітену, вокзалах, портах та аеропортах забороняється” [3, ст. 71, п. 8].

Введення вищезгаданих норм є поступом у боротьбі з адміністративним ресурсом, оскільки описані вище явища (використання нарад, будинків органів влади та громадського транспорту для агітації) були дуже поширеними під час останніх виборчих кампаній в Україні. І тому законодавча заборона цих способів агітації сприятиме демократизації виборчого процесу.

Складним є також питання про обов’язковість чи необов’язковість відпустки для кандидата-посадовця. Чинне виборче законодавство України не зобов’язує посадовця, котрий є суб’єктом виборчого процесу, йти у відпустку, залишаючи вибір за самим кандидатом. Це, з одного боку, сприяє використанню під час виборів адміністративного ресурсу, оскільки завдяки цьому положенню відпустка кандидата у депутати розглядається не як його прямиий обов’язок, а лише як право, яке він може використовувати, а може й ні, керуючись не законодавством, а власними інтересами та бажаннями.

Але, з іншого боку, ми вважаємо необґрунтованою вимогу для всіх кандидатів-посадовців йти у відпустку під час виборчої кампанії. Особливо це є нереальним для парламентських та місцевих виборів, де балотується така велика кількість чиновників, що запровадження принципу імперативності відпустки призведе до дестабілізації управлінської функції нашої держави.

На нашу думку, частковим виходом з цієї ситуації міг би стати детальний перелік посад, які є несумісними із статусом суб’єкта виборчого процесу завдяки великій можливості для використання адміністративного ресурсу (через особливості посадового становища), але відпустка яких, однак, не призведе до дестабілізації державного управління.

Законодавством України також заборонено агітацію, яка “супроводжується наданням виборцям, закладам, установам, організаціям коштів або безоплатно чи на пільгових умовах товарів, ... послуг, робіт, цінних паперів, кредитів, лотерейних білетів, інших матеріальних цінностей” [3, ст. 71, п. 13]. Така агітація, що супроводжується закликами голосувати за чи проти певної політичної сили, чи згадуванням цієї сили, вважається підкупом виборців. Виняток становить надання товарів, які містять візуальне зображення назви, символіки, емблеми суб’єктів виборчого процесу, за умови, що вартість цього товару не перевищує 3 % мінімального розміру заробітної плати.

Потрібно також відзначити, що суб’єкт виборчого процесу, який володіє адміністративним ресурсом, може суттєво зекономити на передвиборній агітації, проводячи певні заходи, поїздки під час виборчої кампанії, подаючи їх як наперед сплановані адміністративні заходи. Під час цього “державним службовцям відшкодовуються витрати на службові відрядження та виплачуються інші компенсації відповідно до законодавства про працю України” [4, ст. 21].

Крім цього, під час відрядження службовці користуються правом бронювання місць у готелях та на всі види транспорту, правом на першочергове придбання документів на проїзд. Також чиновникам “за місцем відрядження надається місце для роботи, можливість користуватися зв’язком, транспортом, розмножувальною технікою, іншими послугами технічного характеру” [4, ст. 21]. І дуже важко довести, що поїздка чиновника використовувалася також для опосередкованої агітації.

Висновки. Як ми бачимо, законодавством України дано можливість провладним суб’єктам виборчого процесу мати значно кращі умови для ведення передвиборної агітації, використовуючи адміністративний ресурс. І якщо чинне виборче законодавство України, яке регулює парламентські вибори, містить низку нововведень, які суттєво обмежують використання адміністративного ресурсу під час передвиборної агітації, то чинне законодавство, яке регулює процедуру виборів президента України, потребує значного вдосконалення і на практиці довело свою неспроможність запобігти застосуванню адміністративного ресурсу під час виборів.

Однак, як ми вже раніше згадували, вдосконалення законодавства не є панацеєю проти використання під час виборів адміністративного ресурсу. Його потрібно комплексно поєднувати з іншими способами нейтралізації адміністративного ресурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування* / За заг. ред. Є.В. Радченка. – К.: Факт, 2003. – 258 с.
2. Закон України “Про вибори президента України” від 18 березня 2004 р.
3. Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про вибори народних депутатів України” від 7 липня 2005 р.

4. Закон України "Про державну службу" від 16 грудня 1993 р.
5. Лозніков В.М. Передвиборна агітація: проблеми визначення та обмеження // Право вибору. – 2005. – № 1. – С. 78–80.
6. Ставнійчук М.І. Законодавство про вибори народних депутатів України: актуальні проблеми теорії і практики. – К.: Факт, 2001. – 156 с.

Олег Кукарцев

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ЦІЛІСНОСТІ СУЧАСНИХ ДЕРЖАВ: ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ

© Кукарцев О., 2006

Досліджені фактори, які впливають на утворення і розвиток регіональної стратифікації держави. Проаналізовано регіональні аспекти територіальної цілісності України та інших держав світу. Акцентується увага на зв'язку чинників регіоналізації з відцентровими тенденціями у сучасних державах світу.

The factors influenced on formation and development regional stratification of the state are investigated in the article. The regional aspects of territorial integrity of Ukraine and other states of the world are analyzed. The tie regionalization's elements with centrifugal tendencies in contemporary states are at the centre of attention.

Постановка і актуальність проблеми. Важко переоцінити актуальність регіонального чинника у державотворчих процесах сучасних країн, зокрема України. Розвиток багатьох країн світу, особливо великих за своїми розмірами, майже завжди ускладнений проблемою їх внутрішньої територіальної неоднорідності, проблемою відмінностей між їх частинами за рівнем соціально-економічного розвитку, за укладом життя і за тими системами цінностей, яких дотримуються мешканці частин єдиної, здавалось би, держави. Доволі часто це виливається у відсутність узгодженості загальнодержавних інтересів з інтересами регіонів, що своєю чергою є потужним фактором політичної нестабільності в державі, загрозою її єдності.

Щодо України, то головна причина актуальності регіональних проблем для неї полягає в тому, що процес об'єднання українських земель у сучасних кордонах завершився зовсім недавно, менш ніж півстоліття тому. Розвиваючись у складі різних держав, український етнос зазнав значних асиміляційних впливів – російських, польських, австрійських, угорських та інших. Сучасні українські регіони відрізняються один від одного не лише господарською та соціальною структурою, але й суспільними настроями; у них відмінні зовнішні орієнтації, специфічні етноконфесійні проблеми [7, с. 4]. Ці відмінності нерозривно пов'язані з відцентровими тенденціями, які найбільше посилюються під час політичних криз. У політичному житті України найяскравіше це проявилось під час останніх президентських виборів, коли в частині регіонів сепаратистська риторика місцевих еліт вилилася у політизацію територіальних ідентичностей та антиконституційні погрози виходу зі складу України її окремих областей [24, с. 123–125].

Варто відзначити, що чимало країн стикається з подібними протиріччями у своєму державно-територіальному будівництві. Вони, як правило, належать до тих проблем, які не знімаються, які не можна вирішити остаточно; їх можна лише послабити, але усунути їх неможливо. Саме на таке послаблення протиріч й спрямована осмислена регіональна політика держави, під час вироблення якої необхідне комплексне вивчення закономірностей, виявлення факторів, що впливають на збереження територіальної цілісності країни.

Ступінь наукового дослідження проблеми. Актуальність теми для політичної науки і практики, водночас, характеризується доволі слабкою розробленістю і низьким ступенем проблематизації цього дослідницького напрямку в українській політології.

Серед вітчизняних і зарубіжних дослідників окремі аспекти проблеми розглядали у працях А. Круглашова [14], Є. Маруняк [21], В. Горенкіна [7], Т. Стародуб [28], Т. Кучеренко [15], Г. Макарова [17],