

# ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-75>

УДК 327.35

Псьота Т.В.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

## ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

**Анотація.** Стаття присвячена визначенню поняття політичного іміджу держави та його ролі в інтеграційних процесах. Досліджено феномен політичного іміджу, чинники впливу на нього та надано визначення процесу формування політичного образу країни. Визначено роль позитивного іміджу країни задля успішної політичної інтеграції. Охарактеризовано сучасний політичний імідж України та виявлені недоліки у процесі його створення та ретрансляції в контексті новітніх євроінтеграційних прагнень нашої держави. Проаналізовано наявний інформаційно-комунікаційний механізм створення політичного іміджу України та розроблено шляхи його оптимізації. Запропоновано модель інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу нашої держави та надано рекомендації щодо ефективної реалізації створеної моделі з урахуванням євроінтеграційного вектора України.

**Ключові слова:** політичний імідж, інтеграційні процеси, євроінтеграція, інформаційно-комунікаційний механізм, іміджева дипломатія.

Psota Tetiana

V. N. Karazin Kharkiv National University

## FORMATION OF A POLITICAL IMAGE OF UKRAINE IN EUROINTEGRATION CONTEXT

**Summary.** The article is devoted to defining the concept of state political image and its role in integration processes. The phenomenon of state political image, factors of its influence are researched and the definition of the process of formation of a state political image is given. The role of a positive state political image for successful and enriching political integration is determined and an urge to form a needed state political image of Ukraine to meet the expectations of European Union authorities is justified. The concept of image diplomacy is considered, its tasks in terms of informing internal and external audiences are described and its necessity in the context of Ukraine's European integration is substantiated. The modern political image of Ukraine is characterized by three categories of conditionally statistical, conditionally dynamic— social and institutional aspects; the shortcomings in the process of Ukrainian state political image creation and retransmission in the context of the newest European integration aspirations of our state are revealed. An assessment of Ukrainian leadership activities in general and specialized authorities of our state specifically in connection with the formation of the modern political image of Ukraine is given. Positive changes in the perception of Ukraine abroad due to the change of the political vector of our state are analysed, the task of further formation of the political image of Ukraine in the European area and on the international arena in general is substantiated. The actions of the Ukrainian authorities to create special bodies designed to form and retransmit the political image of Ukraine in the international arena are considered. The existing information and communication mechanism of forming the political image of Ukraine is analyzed and the ways of its optimization are developed. The model of an information and communication mechanism of Ukrainian state political image creation is offered and recommendations on effective implementation of the created model considering the European integration vector of Ukraine and general tendencies in current international political affairs are given.

**Keywords:** political image, integration processes, eurointegration, information and communication mechanism, image diplomacy.

**Постановка проблеми.** У зв'язку із нинішнім зовнішньополітичним вектором України на вступ до об'єднання країн Європейського Союзу характеристики сучасного політичного іміджу нашої держави набувають особливої практичної значущості. Новітні політичні виклики вимагають розробки дієвого інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції задля ефективного забезпечення власних зовнішньополітичних інтересів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика теми дослідження в аспекті теорії іміджології та характеристики політичного іміджу України висвітлювалася у працях таких науковців, як Г.Г. Почепцов [4; 5], Д.В. Ольшанський [2], О.В. Швець [6] та С. Анхольт [1].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Ступінь вивченості проблеми формування політичного іміджу України саме на сучасному етапі розвитку євроінтеграційних процесів є неповним, недостатньо проаналізований сучасний інформаційно-комунікаційний механізм формування позитивного іміджу України.

**Мета статті** полягає у визначенні проблем формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції, розробці інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу нашої держави та наданні практичних рекомендацій щодо його ефективної реалізації. Досягнення мети дослідження передбачає постановку таких завдань, як розгляд поняття політичного іміджу держави та його ролі в інтеграційних процесах, характеристика сучасного

політичного іміджу України та дослідження інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу нашої держави в умовах євроінтеграції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Беручи до уваги сучасні тенденції формування міждержавних відносин як на глобальному, так і на регіональному рівнях, слід наголосити, що феномен політичного іміджу країни є стратегічним ресурсом держави, індикатором місця певної країни на міжнародній арені, показником соціально-економічного розвитку, культурних особливостей, дотримання прав і свобод людини.

Загалом, політичний імідж є спеціально змодельованим відображенням створеного образу певного об'єкта політичних відносин або політичної системи, що формується внаслідок прямого контакту із представленим об'єктом чи отримання інформації про нього з певних джерел [1, с. 5]. У свою чергу, політичний імідж країни є сукупністю раціональних та емоційних уявлень про неї, динамічним конструктором, що формується в комунікативному просторі країни та її суспільства (внутрішній імідж), а також інших учасників міжнародних відносин (зовнішній імідж). Будучи цілеспрямовано сформованим образом, політичний імідж має формуватися професіоналами з іміджмейкінгу, завдання яких полягає у створенні бажаного політичного образу держави як для внутрішньої, так і для закордонної аудиторії [2, с. 166].

Формування політичного іміджу певної країни можна визначити як цілеспрямовану діяльність центральних та закордонних органів внутрішньої та зовнішньої політики держави з метою дослідження уявлень закордонної аудиторії про країну та покращення іміджу держави на цій основі. Комплекс заходів, що направлені на здійснення даної діяльності, називається іміджевою дипломатією [3, с. 85]. Саме іміджева дипломатія спрямована на створення позитивного іміджу певної держави в регіоні чи у світовому просторі загалом, підтримання бажаного уявлення про країну серед цільових аудиторій.

Доцільним є розглянути чинники, які впливають на формування політичного іміджу країн.

До першої групи чинників необхідно віднести умовно-статистичні характеристики держави (географічне та геополітичне положення, протяжність кордонів і площу території, вихід до морів та океанів тощо), ресурсний потенціал, важливі історичні події та постаті, культурні надбання тощо. До умовно-динамічних соціологічних чинників впливу можна зарахувати соціальні та психологічні настрої у суспільстві, етичний рівень розвитку громадян, засади роботи громадських об'єднань, розгалуженість напрямків їхньої діяльності.

Більш стійкою є група умовно-динамічних інституційних чинників, до яких належать рівень розвитку економіки країни, що визначається обсягами її внутрішнього валового продукту, рівнем доходів на душу населення, дотриманням прав і свобод громадян країни, кількістю зовнішніх інвестицій, наявністю чи відсутністю корупції, загальною ефективністю державного управління [4, с. 57].

Слід зазначити, що саме процес формування та постійного ретранслявання позитивного політичного іміджу в середині країни та за кордоном

за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій стає підґрунтям для успішної політичної інтеграції певної держави. Політичний імідж держави виступає основою довіри до країни з боку учасників інтеграційного утворення [5, с. 153].

Враховуючи нинішній зовнішньополітичний вектор України, спрямований на європейську інтеграцію, виникає потреба характеристики сучасного політичного іміджу нашої держави та дослідження інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції.

На сучасному етапі розвитку політичний імідж України формується під впливом низки чинників, серед яких необхідно виділити такі позитивні риси нашої держави, як вигідне географічне та геополітичне положення, значущі історичні події та багата культурна спадщина. Із вигідним геополітичним розташуванням України у Східній Європі пов'язаний і головний сучасний негативний чинник формування політичного іміджу нашої держави – розташування між двома центрами сили (країнами НАТО та Російською Федерацією). Україна є своєрідною буферною зоною між ними, а довготривалий військово-політичний конфлікт на Сході України спричиняє закріплення за нею «образу жертви» та політично нестабільної держави [6, с. 207–211].

Більше того, низький рівень соціально-економічного розвитку, погіршення настроїв українського суспільства, повільні темпи боротьби з корупцією в державних органах влади, соціальна та юридична незахищеність певних верств населення України формують непривабливий політичний імідж нашої держави як для аудиторії всередині України, так і для закордонних спостерігачів [7].

Таким чином, Україна як суб'єкт світового простору наразі характеризується як політично нестабільна держава з високим рівнем корумпованості владних інституцій та тенденцією до частоті зміни зовнішньополітичного курсу, країна з перехідною економікою та низькими темпами економічного розвитку, яка перебуває у довготривалому військовому конфлікті.

Незважаючи на це, досягнення українців у науковій, культурній та спортивній галузях надають образу України певні позитивні риси, а закріплення Україною чіткого зовнішньополітичного курсу на євроінтеграцію дозволило нашій державі продемонструвати певну політичну волю на міжнародній арені.

Маючи значний потенціал для покращення власного соціально-економічного та політичного становища, українське керівництво та відповідальні органи влади використовують позитивні чинники формування образу України з малою ефективністю. Сучасний політичний імідж України має зазнати певних змін, зокрема за рахунок розробки ефективної інформаційно-комунікаційної стратегії формування іміджу України з урахуванням динаміки сучасних євроінтеграційних процесів.

Слід зазначити, що активна фаза діяльності з формування політичного іміджу України розпочалася у 2014 році та носила переважно інституційний та нормотворчий характер. Так, були створені Міністерство інформаційної політики, Управління публічної дипломатії та Україн-

ський інститут при Міністерстві закордонних справ України, які дублюють повноваження одне одного у сфері формування політичного іміджу нашої держави [8; 9; 10]. У свою чергу, була затверджена Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні до 2020 року [11].

Ще одним кроком на шляху до формування позитивного іміджу України на міжнародній арені у 2018 році стало затвердження єдиного бренду України під назвою «Ukraine now», у рамках якого було анонсовано розробку наступних напрямів просування українського бренду: Північної та Південної Америки; Азії; України як туристичного напрямку; просування України з метою залучення інвестицій. Створення політичного образу нашої країни на європейському напрямку виявилось побічною метою цього механізму [12].

Із зазначеного вище випливає, що формування інформаційно-комунікаційного механізму формування іміджу України наразі носить переважно інституційний та нормотворчий характер, із тенденцією до створення органів, які дублюють повноваження одне одного. Інформаційно-комунікаційна стратегія зі створення іміджу нашої держави на міжнародній арені характеризується відсутністю механізму моніторингу та певною нерозробленістю конкретного плану дій на даному напрямку. Сфера формування саме політичного іміджу України у європейському інформаційному просторі не виділяється у цілях та завданнях новостворених державних органів.

Таким чином, на сучасному етапі виникає необхідність у якісній трансформації інформаційно-комунікаційного механізму та актуалізації в ньому євроінтеграційних прагнень України. Зокрема, важливими кроками задля вдосконалення наявного інформаційно-комунікаційного механізму мають стати:

1. Ліквідація органів, що дублюють повноваження один одного у сфері формування зовнішньополітичного іміджу України.
2. Створення єдиної інституції, уповноваженої займатися формуванням бажаного іміджу України на перспективних географічних напрямках.
3. Запровадження чіткого механізму моніторингу та оцінки дій згаданого органу.
4. Визначення європейського напрямку пріоритетною сферою для формування політичного іміджу нашої держави та головним завданням єдиної інституції зі створення зовнішньополітичного іміджу України.
5. Розробка детального плану комунікативних заходів задля формування та ретрансляції іміджу України як бажаного партнера у європейському просторі та потенційного члена ЄС.
6. Установлення тісних контактів із вітчизняними та закордонними ЗМІ, громадськими організаціями задля оперативної трансляції бажаних рис політичного образу нашої держави та виправлення викривлень у сприйнятті іміджу цільовою аудиторією.

Із огляду на вищезазначені кроки, необхідно побудувати інформаційно-комунікаційний механізм, який відображав би євроінтеграційні умови політичного життя нашої держави та слугував би ефективним інструментом формування зовнішньополітичного іміджу України. Нами запропоновані структурні складові інформаційно-кому-

нікаційного механізму, які будуть забезпечувати його чутливість та адаптованість до сучасних вимог формування зовнішньополітичного іміджу України в умовах євроінтеграції.

Відповідно до розробленого інформаційно-комунікаційного механізму, процес формування та підтримки позитивного політичного іміджу України має включати в себе:

- постановку мети та завдань створення бажаного іміджу України в процесі євроінтеграції;
- визначення тактики для проведення заходів, які будуть заплановані в межах реалізації поставлених цілей;
- імплементацію обраної комунікативної стратегії за допомогою вітчизняних та закордонних ЗМІ, громадських організацій;
- оцінку результатів та корегування дій із формування позитивного іміджу нашої держави залежно від протікання євроінтеграційних процесів в Україні.

Для ефективної реалізації запропонованого інформаційно-комунікаційного механізму формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції необхідно дотримуватися наступних рекомендацій:

1. Просування національних інтересів України в процесах європейської інтеграції має стати основою майбутньої урядової Концепції популяризації України у світі. Нова концепція повинна отримати пріоритетну увагу з боку виконавчих органів влади, які мають звітувати про прогрес із реалізації програми дій на європейському напрямку, досягнення поставлених завдань європейської інтеграції України;

2. Сприяння внутрішньоурядовій та міжвідомчій інформаційно-комунікаційній взаємодії з метою уникнення дублювання владних повноважень у сфері формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції;

3. Заповнення національного та глобального інформаційного простору своєчасною та об'єктивною інформацією про діяльність та досягнення владних інститутів та спеціалізованих установ України на шляху європейської інтеграції з метою інформування цільових аудиторій як всередині України, так і за кордоном;

4. Заохочення вітчизняних та закордонних журналістів до висвітлення стану реалізації євроінтеграційної політики в Україні, забезпечення вільного доступу до інформації щодо євроінтеграційної ситуації в нашій державі, її збір та поширення національними та світовими мас-медіа;

5. Перегляд існуючого законодавства України в інформаційній сфері та визначення шляхів його гармонізації із законодавством країн-членів ЄС. Розробка змін до законів України про інформаційну безпеку з урахуванням реалій гібридної інформаційної агресії з боку Російської Федерації та ходу військового конфлікту на Сході України;

6. Розробка інформаційно-комунікаційної стратегії підвищення рівня поінформованості громадськості про мету, зміст та механізми реалізації євроінтеграційної політики владними інститутами в Україні, сприяння створенню механізмів громадського контролю над виконанням конкретних планів і дій органів виконавчої влади в контексті євроінтеграції.

Таким чином, цілеспрямоване та систематичне створення та ретрансляція бажаного політичного іміджу України за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій є стратегічним завданням керівництва нашої держави. Успішно спланована діяльність із покращення політичного іміджу України має розглядатися як основний елемент інформаційного забезпечення зовнішньополітичної діяльності нашої країни.

**Висновки з даного дослідження.** Будучи малоефективним, сучасний політичний імідж України має зазнати певних змін, зокрема шляхом негайної розробки конкретної інформаційно-комунікаційної стратегії формування іміджу в реаліях європейської інтеграції України. За-

пропонована у дослідженні модель інформаційно-комунікаційного механізму та розроблені шляхи вирішення виявлених проблем позиціонування України в процесі євроінтеграції дозволять сформувати та ретранслювати бажаний зовнішньополітичний імідж нашої держави.

Виконання рекомендацій, сформульованих у даному дослідженні, сприятиме ефективній реалізації інформаційно-комунікаційної стратегії формування політичного іміджу України в умовах євроінтеграції та стане першим кроком до забезпечення політичної привабливості України як стратегічної країни-партнера ЄС та потенційного учасника даного регіонального утворення.

## Список літератури:

1. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *The Journal of Public Diplomacy*. Syracuse. 2013. Vol. 2, No. 1. Article 1.
2. Ольшанский Д.В. Политико-психологический словарь : учеб. пособие для студ. гуманит. спец. вузов. Москва : Академ. проект, 2002. 574 с.
3. Чекалюк В.В. Зовнішня політика і дипломатія: репутаційно-іміджевий підхід у професійному формуванні політичного іміджу держави. *Гілея: науковий вісник*. 2019. Вип. 143(3). С. 82–89.
4. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. Москва : Центр, 2003. 381 с.
5. Почепцов Г.Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Київ : Спадщина, 2012. 464 с.
6. Швець О.В. Використання технологій державного брендінгу у зовнішньополітичній діяльності України: євроінтеграційний аспект. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Київ : Інститут міжнародних відносин, 2006. Випуск 59. Частина I. С. 207–214.
7. Ukraine country profile (2019). BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-18018002> (дата звернення: 28.08.2020).
8. Положення про Міністерство інформаційної політики України : постанова Кабінету Міністрів України від 14.01.2015 р. № 2. Міністерство інформаційної політики України. URL: <https://mip.gov.ua/documents/7.html> (дата звернення: 10.09.2020).
9. В МЗС створено новий напрям роботи – публічна дипломатія. Міністерство закордонних справ України. URL: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija> (дата звернення: 28.08.2020).
10. Місія. Український інститут. URL: <http://ui.org.ua/mission> (дата звернення: 28.01.2020).
11. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні : розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. № 386-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-r> (дата звернення: 28.08.2020).
12. Концепція популяризації України в світі: просування інтересів України. Міністерство інформаційної політики України. URL: [https://mip.gov.ua/files/pdf/MIP\\_Pop\\_Ukr\\_04.pdf](https://mip.gov.ua/files/pdf/MIP_Pop_Ukr_04.pdf) (дата звернення: 28.08.2020).

## References:

1. Anholt, S. (2013). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Syracuse: *The Journal of Public Diplomacy*, vol. 2, no. 1, article 1.
2. Olshansky, D.V. (2002). *Polytyko-psykholohychesky slovar (ucheb. posobye dlya stud. humanyt. spets. vuzov)* [Political and psychological dictionary (a handbook for students in humanities specialized universities)]. Moscow: Akadem. projekt.
3. Chekalyuk, V.V. (2019). Zovnishnya polityka i dyplomatiya: reputacijno-imidzhevij pidkhd u profesijnomu formuvanni politychnogo imidzhu derzhavy [External policy and diplomacy: reputation- and image approach in professional political state image]. *Gileya*, vol. 143(3), pp. 82–89.
4. Pocheptsov, H.H. (2003). *Ynformacyonno-polytycheskye tekhnologyy*. Moscow: Centr.
5. Pocheptsov, H.H. (2012) Vid Facebook'u i hlamuru do Wikileaks: mediakomunikatsiyi [From Facebook and glamour to Wikileaks: mediakommunications]. Kyiv: Spadshchyna.
6. Shvets, O.V. (2006). Vykorystannya tekhnolohiy derzhavnogo brendinhu u zovnishniopolitychniy diyalnosti Ukrayiny: yevrointehratsiynny aspekt [Using of state branding technology in Ukrainian foreign policy: a eurointegration aspect]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn*. Kyiv: Instytut mizhnarodnykh vidnosyn, vol. 59, part I, pp. 207–214.
7. Ukraine country profile (2019). BBC News. Available at: <https://www.bbc.com/news/world-europe-18018002> (accessed: 28.08.2020).
8. Polozhennya pro informatsiynoyi polityky Ukrayiny: postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 14.01.2015 r. no. 2. Ministry of information policy of Ukraine. Available at: <https://mip.gov.ua/documents/7.html> (accessed: 10.09.2020).
9. V MZS stvoreno novyj napryam roboty – publichna dyplomatiya. Ministry of foreign affairs of Ukraine. Available at: <https://mfa.gov.ua/news/43433-v-mzs-stvoreno-novij-napryam-robotipublichna-diplomatija> (accessed: 28.08.2020).
10. Misiya. Ukrainian Institute. Available at: <http://ui.org.ua/mission> (accessed: 28.08.2020).
11. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku informatsiynoho suspilstva v Ukraini: rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 15.05.2013 r. № 386-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-r> (accessed: 28.08.2020).
12. Konceptsiya populyaryzatsiyi Ukrayiny v sviti: prosuvannya interesiv Ukrayiny. Ministry of information policy of Ukraine. Available at: [https://mip.gov.ua/files/pdf/MIP\\_Pop\\_Ukr\\_04.pdf](https://mip.gov.ua/files/pdf/MIP_Pop_Ukr_04.pdf) (accessed: 28.08.2020).