

3. Схід Південь України: час, простір, соціум: у 2 т. – Т.1. - К.: Інститут історії України НАН України, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://history.org.ua/?libid=9671>
4. Ситник Е. Таємні і «гібридні» війни Кремля – не винахід Путіна, а «творчо розвинений» спадок СРСР [Електронний ресурс] / Е. Ситник. – Режим доступу: <http://expres.ua/main/2014/08/09/111617-tayemni-gibrydni-viyny-kr%20emlyane-vynahid-putina-tvorchorozvynenyu-spadok>
5. Турченко Г. Проект «Новоросія» - 1764 – 2014 рр. Ювілей на крові / Г. Турченко, Ф. Турченко. – Запоріжжя, 2014. – 115 с.

Пасічний Роман
старший викладач кафедри ПМВ
Національний університет «Львівська політехніка»
Дзера Михайло
Львівський національний університет
ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. Гжицького

ПРОБЛЕМИ ТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ УКРАЇНИ

Міжнародний імідж держави свідчить про її політичну силу, рівень процвітання та культурного розвитку і є показником авторитетності та успішності країни на світовій арені. Позитивний імідж держави пов'язаний, у першу чергу, із ставленням до неї інших країн світу, міжнародної спільноти, а також і власних громадян країни. Від рівня довіри до влади та її іміджу залежить і рівень патріотизму країни та здатність її мешканців йти на певні жертви заради національного інтересу.

Імідж держави - це емоційно забарвлений образ її складових, соціального, політичного, культурного, економічного та інших аспектів, в баченні різних цільових груп на міжнародному, національному та локальному рівнях. На міжнародному рівні саме імідж визначає місце країни у системі світосприйняття.

У сучасному світі негативна репутація є хвибою для державної політики та для іміджу країни, яка прагне бути конкурентоспроможною на міжнародній арені. Такі поняття як імідж, репутація розглядаються як необхідні складові стратегічного надбання дер-

жави. Завдяки наявності бренду можна оцінювати держави, з точки зору політичного маркетингу, як агресивні – миролюбні, надійні – ненадійні, інвестиційно привабливі чи непривабливі і так далі [2]. До 2014 року, Україна в баченні іноземців була маловідомою та невливовою пострадянською державою, яка шукає своє місце в світі. Молода демократія, котра пережила помаранчеву революцію, політично нестабільна держава з невизначеною стратегією розвитку. Основні елементи впізнаваності України були: Чорнобиль; футбол (Динамо Київ), Шевченко – футболіст, брати Клички, спортивні досягнення, країна, що знаходиться під впливом Росії; високі інвестиційні ризики, корупція в усіх органах влади. Дані міфи та стереотипи викоринити важко, вони склалися роками, і часто знаходяться підтвердження їх правдивості [1].

З анексією Криму та підтримуваним Росією сепаратизмом на Сході ситуація змінилась. Україну стали позиціонувати як державу проєвропейську, таку що прагне позбутись радянського минулого і так що піддається агресії з боку країни сусіда (Росії). Але окрім позитивних моментів творення іміджу є й негативні.

Чинниками негативного впливу на міжнародний імідж України виступає часта зміна законодавства (після виборів політична сила переможець «підгасовує» законодавство під себе), чутки про українську мафію і корупцію на усіх рівнях влади, нелегальна міграція робочої сили із нашої держави за кордон.

Україна слабо і в основному з негативного боку представлена в світовому інформаційному потоці. Провідні світові ЗМІ, такі як International Herald Tribune, Wall Street Journal, Financial Times та інші, приділяють достатньо мало своєї площі українським новинам, а якщо й приділяють то в основному це новини з фронту чи критика дій української влади на шляху до реформ.

Саме тому, вважаємо, керівництву нашої держави варто творити позитивний імідж. Від того, яке уявлення складається про країну та її лідерів за кордоном, залежить багато що в найширшому спектрі економічних, політичних, інформаційно-культурних і інших аспектів її зв'язків. Тому питання про поліпшення іміджу – один з найважливіших напрямів зовнішньополітичної стратегії будь-якої держави.

У сучасній теорії міжнародних відносин імідж держави розглядається як «м'яка» сила, яка набуває все більшого значення для вирішення питань, що вимагають багатобічної співпраці [3].

У реальності штучно створений політичний імідж держави часто виявляється важливішим, ніж реальні, об'єктивні характеристики даної держави. Виходячи з цього можемо зробити висновок, що професійне позиціонування в міжнародних інформаційних потоках та ідентифікація країни мають вирішальне значення при побудові відносин; нові риси держав формуються переважно під впливом світових ЗМІ та інформагентств. Потреба в насиченості інформаційних потоків і прогресуючий розвиток сучасних мас-медіа відкривають нам можливість дії, яка дозволяє перейти з позиції тих, хто подає інформацію на позиції, тих хто формує ситуацію.

Держава має справу з різноманітністю державних систем, країн з різним статусом у світовій спільноті. Так, іміджеві акценти будуть різними для США, країн Євросоюзу, Азії, пострадянського простору й так далі. Іншими словами, імідж повинен демонструвати різні грані суб'єкта, які можуть зацікавити потенційних партнерів. Для цього відправною точкою повинне стати визначення вектора очікувань аудиторії, або іншими словами - ким нас хочуть побачити. Тому для України, на сьогоднішній час, гостро постає питання створення бренду, та стратегії інформаційного висвітлення нашої діяльності в світі. Для цього, на нашу думку, варто було б залучити новостворене Міністерство інформаційної політики.

Кожна держава має свій імідж, який сформований відповідно до того, як бачать її інші держави, тобто як представить себе та чи інша країна, так і сприймуть її інші держави в світі. На заміну інформуванню (подання інформації) приходять комунікація (інформування та отримання відповіді), впевнення у правильному сприйнятті меседжу і т.д.) Звичайно, цей фактор залежить і від засобів масової інформації, які тим чи іншим чином будуть представляти певну країну. Всі країни світу можна поділити на такі, що промислово розвинені, країни з перехідною ринковою економікою та країни, що розвиваються. Україна належить до країн, що розвиваються. Міжнародний імідж України має внутрішній і зовнішній аспекти і значною мірою залежить від її політичного, економічного та соціального розвитку.

Україна має певний пострадянський імідж, і сьогодні нам потрібно не його оновлення, а його заміна. Слід позбуватись іміджу пострадянської країни з її недоліками, а набувати рис країни інвестиційно привабливої, європейської за усіма критеріями, та країни в якій відбуваються позитивні реформи. Для цього не варто

зосереджуватись на ЗМІ розвинених країн Заходу. Для більшості інформагентств ми є країною зі значним науково-технічним потенціалом, з багатими ресурсами (як природними, так і людськими), але, ми видаємося неспроможними належним чином розпорядитися ними. Не менш важливим є те, якою бачать Україну російські ЗМІ, а також країн Східної Європи. Необхідно усвідомлювати, що імідж цінний не сам по собі, а лише як засіб для реалізації зовнішньополітичних інтересів України. Таким чином, формувати його необхідно там де присутні ці інтереси.

Російські ЗМІ, телемедіа та електронні ресурси, не тільки одноосібно формують уявлення про Україну для світової спільноти, але й досить часто стають активними учасниками внутрішньополітичних процесів у самій Україні. Для формування позитивного іміджу України необхідно готувати кадри у сфері державного управління, подолати корупцію, підвищити прозорість у діяльності уряду.

Для створення, зміни та поширення ефективного іміджу країни необхідно цілеспрямовано та скоординовано:

- налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;
- дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою (яка виступає основним об'єктом ребрендингу), використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;
- побудувати ребрендингову стратегію, яка повинна включати професійну модель формування іміджу та види комунікацій, передбачаючи при цьому різні шляхи комунікацій для різних цільових груп;
- створити систему, яка б пов'язувала організації та відділи, що можуть творити позитивний імідж [1].

Важливими пріоритетами зовнішньої політики України є стратегія європейської та євроатлантичної інтеграції. Ця стратегія базується на усвідомленні українцями реального місця держави в системі міжнародних відносин (хоча, на жаль, далеко не всі українці усвідомлюють це і цьому також треба приділити належну увагу), є ключовим засобом втілення у життя фундаментальних національних інтересів і вирішення завдань реформування економічної та політичної системи.

Важливим завданням у зазначеному контексті є також встановлення, яких саме змін очікують українці від вступу нашої держави

до ЄС. Європейська інтеграція і членство в Європейському Союзі є стратегічною метою України, тому що це дасть можливість для реалізації національних інтересів, побудови економічно розвинутої і демократичної держави, зміцнення позицій у світовій системі міжнародних відносин.

Для задіяння усього іміджевого потенціалу нашої держави, необхідні продумана державна інформаційна політика й чітко спланована брендингова кампанія. Вдале поєднання внутрішньої та зовнішньої складової іміджу дасть можливість скорегувати негативний імідж України та створити підстави для формування позитивного іміджу України.

Література

1. Богуш Д.О. Міжнародний імідж України : проблеми і перспективи [Електронний ресурс] / Д.О. Богуш. – Режим доступу: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>.
2. Зубик О.Є. Імідж України : погляд з-за меж [Електронний ресурс] / О. Є. Зубик. – Режим доступу: http://experts/baza/analytic/index.phpELEMENT_ID=11063.
3. Най Д. Soft power, или «мягкая сила» государства [Електронний ресурс] / Най Д. — Режим доступу: http://www.situation.ru/app/j_art_1165.htm.
4. Міжнародний імідж України : міфи і реалії : аналітична доповідь УЦЕПД / Центр Разумкова. – К., 2001.
5. Остапа С. Формування позитивного іміджу [Електронний ресурс] / С. Остапа // Українська Всесвітня координаційна рада. Вісник за травень 2002 – Режим доступу : <http://www.news.ce.lviv.ua>.
6. Павалакі М. Імідж України на міжнародній арені / М. Павалакі // Актуальні проблеми зовнішньої політики України : матеріали третьої Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених, присвяченої 10-й річниці початку підготовки фахівців за напрямом «Міжнародні відносини», 5 грудня 2009 р. – Чернівці, 2009. – 312 с.

Пелюшкевич Анна
студентка напряму підготовки «Міжнародні відносини»
Національний університет «Львівська політехніка»

Дорош Леся
к. політ. н., доц. кафедри ПМВ
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ: ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ ТА ВИКЛИКИ

Болонський процес – це інтеграція національних систем вищої освіти держав Європи, що передбачає не тільки зміну освітніх програм, але й глибокі інституційні перетворення у вищих школах, з метою розширення європейського освітнього простору. Результатом такого освітнього єднання є підвищення можливостей для випускників, краща мобільність громадян на європейському (та не тільки) ринку праці, зростання загальної конкурентоспроможності європейської освіти у світі тощо. Основними змінами при створенні єдиного освітнього простору стали нові градації дипломів, ступенів та кваліфікацій, створення двоступеневої структури вищої освіти, введення єдиного вченого ступеня доктора філософії. Окрім цього було введено єдину систему кредитних одиниць – ECTS (European Community Course Credit Transfer System) та були уніфіковані єдині додатки до диплому [4].

Болонський процес розпочався на рівні держав після підписання 29 міністрами освіти від імені своїх урядів «Болонської декларації» 19 червня 1999 р. у Болоньї (Італія). На сьогодні його учасниками є 49 країн. Україна приєдналась до Болонського процесу у 2005 р., вважаючи його невід'ємним елементом інтеграції у європейський освітній простір.

На сучасному етапі одним із найважливіших завдань у розвитку вищої освіти України є узгодження та поєднання національних компонентів вищої освіти з вимогами Болонської декларації з метою цілковитої їх інтеграції. Враховуючи це, одним з актуальних завдань сучасної освіти є суттєве оновлення змісту освіти, пошук, створення та застосування найефективніших сучасних форм і методів навчання для забезпечення високої якості знань студентів. Завдяки політиці українського уряду на початку XXI ст. приєднання